《关于立高食品股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函》的回复

众环专字（2020）060061 号

深圳证券交易所：

作为立高食品股份有限公司（以下简称“发行人”或“公司”）申请首次公开发行的申报会计师，根据贵所审核函〔2020〕010145 号《关于立高食品股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函》（以下简称“问询函”）有关要求，我们对问询函中要求申报会计师核查并发表明确意见的事项进行了专项核查，现对有关事项专项说明如下：

问题 8、招股说明书披露，报告期内发行人主营业务收入、净利润增速显著。请发行人补充披露：（1）结合具体产品的销量、价格、销售政策等因素，量化分析报告期内营业收入持续增长的原因，以及不同销售模式下收入金额及占比变化的原因，说明营业收入增长与同期净利润增长的匹配关系、与同行业可比公司的比较情况，详细披露 2019 年净利润增长幅度大幅超过营业收入增长幅度的原因及合理性；（2）经销、直销、零售各类销售模式的定价方式、结算方式，以及收入确认相关的会计核算过程、相关内部控制的关键环节；（3）不同销售模式下取得重要客户订单的方式、与主要客户或平台的具体合作方式和主要合同条款，合作方式是否符合行业惯例；（4）不同销售模式下相同产品的定价标准、售价是否一致，列示报告期内各类产品的销售收入、单价、成本、单位成本、毛利率，变化的原因；（5）报告期内公司的返利政策、各期返利金额及会计处理，是否符合《企业会计准则》相关规定；（6）发行人论述销售模式、现金收款情况时选取的行业同比公司为海融科技，论述收入的季节性特征时选取的行业可比公司为南侨股份，这种比较方式是否合理，不同事项选取不同可比公司的原因，发行人选取可比公司的标准是否合适；（8）2017 年第三方回款金额较大的原因及合理性，补充披露第三方回款涉及的主要对象、金额、占比。

请保荐人、申报会计师结合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》相关内容进行核查并发表明确意见。

回复：

一、 结合具体产品的销量、价格、销售政策等因素，量化分析报告期内营业收入持续增长的原因，以及不同销售模式下收入金额及占比变化的原因，说明营业收入增长与同期净利润增长的匹配关系、与同行业可比公司的比较情况，详细披露 2019 年净利润增长幅度

大幅超过营业收入增长幅度的原因及合理性；

（一）报告期内营业收入持续增长的原因

报告期内，公司各类产品收入变动情况如下表所示：

单位：万元

项目	2019年度		2018年度		2017年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
冷冻烘焙食品	73,846.39	34.26%	55,001.96	53.43%	35,848.36
奶油	37,996.81	10.34%	34,436.20	28.37%	26,825.89
水果制品	19,194.04	10.31%	17,400.86	7.95%	16,118.66
酱料	10,841.57	13.05%	9,589.71	78.75%	5,364.82
其他	16,385.84	10.97%	14,765.52	31.00%	11,271.62
合计	158,264.64	20.63%	131,194.25	37.48%	95,429.35

报告期内，公司销售政策未发生重大变化。公司营业收入增长的主要因素是公司产品的量价齐升。

报告期内，公司产品销量、价格、主营业务收入的变动情况如下表所示：

项目	2019年度		2018年度		2017年度
	金额	增幅	金额	增幅	金额
销量（吨）	96,871.50	12.59%	86,037.13	27.84%	67,301.02
销售单价（元/KG）	16.34	7.14%	15.25	7.54%	14.18
主营业务收入(万元)	158,264.64	20.63%	131,194.25	37.48%	95,429.35

1、销量增加的原因

近年来，年轻一代不断追求丰富、方便、快捷的生活方式，餐饮习惯也逐步西化，继而推动我国烘焙产业取得较快发展。从生产层面来看，根据《中国食品工业年鉴》（2012-2018），我国糕点面包业规模以上企业营业收入由 2011 年的 526.40 亿元增长至 2017 年的 1,316.23 亿元，年复合增长率达到 16.50%，远高于同期食品工业整体 5.44%的增长水平，也高于全球烘焙行业增速。从消费层面上看，烘焙零售市场增长迅速，根据欧睿国际的数据，2019 年我国烘焙食品零售额达到 2,317.13 亿元，同比增长 10.93%，预计 2024 年有望突破 3,800 亿元。

基于行业的快速发展，公司销量不断增加。而从具体产品来看，冷冻烘焙食品及含乳脂植脂奶油的热销是公司产品销量快速增长的最主要原因。报告期内，冷冻烘焙食品、含乳脂植脂奶油是公司主要的两类产品，其销售量占公司总销售量的占比情况如下：

单位：吨

项目	2019年度		2018年度		2017年度	
	销量	总销量占比	销量	总销量占比	销量	总销量占比
冷冻烘焙食品	35,319.02	36.45%	28,039.47	32.59%	19,809.35	29.43%
含乳脂植脂奶油	17,692.74	18.26%	14,302.03	16.62%	9,627.64	14.31%
合计	53,011.76	54.71%	42,341.50	49.21%	29,436.99	43.74%

2018 年、2019 年，上述两款产品较上年增长的销售量占公司当年全部新增销售量的 68.88%、98.49%。详情如下：

单位：吨

项目	2019年同比	2018年同比
冷冻烘焙食品新增销量	7,279.55	8,230.12
含乳脂植脂奶油新增销量	3,390.71	4,674.39
两类产品合计新增销量	10,670.26	12,904.51
全部产品新增销量	10,834.37	18,736.11
两类产品合计新增销量占全部产品新增销量比重	98.49%	68.88%

（1）冷冻烘焙食品销量快速增长的原因

①市场空间大

根据《食品与机械》杂志，1949 年美国只有 3%的烘焙店使用冷冻烘焙食品，到 1961 年增加到 39%，1990 年有 80%以上的烘焙店使用冷冻烘焙食品。法国在 1994 年冷冻面包已占面包销售额的 50%以上，日本早在 2000 年也已经有 50%的烘焙店使用冷冻烘焙食品。可见，国外冷冻烘焙技术在面包等烘焙食品制作中已经十分普及，冷冻烘焙工艺也越来越成熟和规范。目前，全球冷冻烘焙食品市场已经出现了部分颇具规模的企业，位于瑞士的冷冻烘焙食品制造商 Aryzta 公司，实现瑞士和爱尔兰证券交易所两地上市，2019 财年营业收入达到 33.83 亿欧元；全球食品行业排名前十的美国 General Mills 公司，旗下冷冻烘焙食品业务 2019 财年实现营业收入 16.93 亿美元。

而我国虽然从 90 年代起已经开始接触冷冻烘焙技术，但由于整个烘焙行业当时正处于起步阶段，消费者消费习惯还未养成，行业经营模式暂未成熟，因此冷冻烘焙技术没有受到足够的重视。近年来，随着消费者更为看重烘焙食品的口感和品质，房租和人力成本不断上涨，冷冻烘焙食品市场开始迅速发展。2019 年，我国烘焙食品零售额达到 2,317.13 亿元，若冷冻烘焙食品的使用达到美国 1961 年的应用比例 39%，我国冷冻烘焙食品市场容量就达

到了 903.68 亿元。

基于我国冷冻烘焙食品巨大的市场空间，公司冷冻烘焙产品取得较快增长。

②冷冻烘焙食品作为新兴产品，具有明显的发展优势

近年来，受益于我国烘焙食品行业的快速增长和消费者对烘焙食品安全、健康的要求逐步提升，冷冻烘焙食品市场快速发展。冷冻烘焙食品的出现综合了预包装产品和现做现烤产品的优点，并弥补了各自的不足。

一方面，冷冻烘焙食品具备预包装产品的部分优点，通过中央工厂进行规模化和标准化生产，具备更好的食品安全保障、更强的质量控制能力、更高的生产效率，从而产品的稳定性更高，食品安全风险更低。同时，冷冻烘焙食品的保质期较长，但与预包装食品不同，冷冻烘焙食品通过冷冻储存方式保证产品质量，较预包装产品更健康，安全性更高。

另一方面，随着冷冻烘焙食品技术的不断提高，冷冻烘焙食品解冻后进行现场烘烤加热等加工后，产品新鲜度和口感与现烤产品基本一致，甚至超过大部分烘焙门店水平。因此，冷冻烘焙食品解决了传统前店后厂模式烘焙店的系列问题。第一，冷冻烘焙食品可以节约烘焙店的投资及运营成本，部分产品后期加工只需要家用烤箱即可完成，也不需要高水平的烘焙师傅，通过轻资产模式有效降低烘焙店的经营风险。第二，冷冻烘焙食品可以使烘焙门店准确和灵活地协调生产、库存和销量间的关系，避免产量过剩导致的浪费。第三，烘焙专业人员的匮乏限制了现烤产品的发展，技术的不足和参差不齐又影响到产品的口感和美观；而冷冻烘焙食品企业标准化和规模化的中央工厂生产方式则解决了上述难题。第四，冷冻烘焙食品的中央工厂生产模式比起传统烘焙门店的手工作坊，具备更强的食品安全保障，能够有效降低食品安全问题的出现。第五，冷冻烘焙食品的使用，可以丰富烘焙门店的产品品类，并实现产品的快速迭代，更好地满足消费者多样化的需求。

综上所述，冷冻烘焙食品尚属于烘焙行业中的新兴产业，市场空间大，综合了预包装食品及现烤食品的优点，在我国正处于快速发展的时期，且目前尚无上市公司具备大规模生产能力，公司在冷冻烘焙食品行业当中处于较为领先的地位。因此，报告期内，公司冷冻烘焙食品的销量快速增长。

（2）含乳脂植脂奶油销量快速增长的原因

近年来，随着我国消费能力的提升，我国对奶油类产品的消费水准亦逐年提升，原来低端的植脂奶油虽然具有价格低廉、打发性好的优点，但已不能满足消费者对奶油产品口感越来越高的要求。而含乳脂植脂奶油兼具淡奶油奶香浓郁、口感细腻和植脂奶油打发性好、稳定性强的优点，市场定位高于植脂奶油，近年来，随着市场对奶油类产品的消费升级，市场需求快速增长。

同行业拟上市公司中拥有奶油生产能力的企业为海融科技和南侨股份。其中南侨股份的淡奶油在原材料、生产工艺、产品系列等均与公司存在差异，海融科技含乳脂植脂奶油与公司具有可比性。2017 年、2018 年、2019 年，海融科技含乳脂植脂奶油收入较同期分别增长 23.63%和 20.86%、14.06%。因此，公司含乳脂植脂奶油收入的增长与行业内其他公司收入增长趋势相同。

综上所述，冷冻烘焙食品、含乳脂植脂奶油的热销是公司销量快速增长的最主要原因。

2、销售价格增长的驱动因素

报告期内，公司产品销售单价的变动情况如下表所示：

单位：元/KG

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
冷冻烘焙食品	20.91	19.62	18.10
奶油	12.52	11.74	11.09
水果制品	16.49	16.93	16.40
酱料	11.14	11.25	10.81
其他	16.67	14.97	13.24
合计	16.34	15.25	14.18

总体来看，公司产品平均销售价格上升，主要是因为高单价产品的销量占比在逐年增加。报告期内，冷冻烘焙食品平均价格高于公司产品平均单价，且其销量占比从 2017 年的 29.43%上升至 2019 年的 36.45%，逐年增加，拉高了公司产品的平均销售价格。

项目	2019年度	2018年度	2017年度
冷冻烘焙食品单价（元/KG）	20.91	19.62	18.10
公司产品平均单价（元/KG）	16.34	15.25	14.18
冷冻烘焙食品销量占比	36.45%	32.59%	29.43%

此外，2019 年，制造业增值税税率从 16%下调至 13%，公司产品拥有较强议价权，销售价格（含税）未进行同步下调，亦使得公司产品的不含税价格有所上升。

（二）不同销售模式下收入金额及占比变化的原因

报告期内，公司销售模式以经销模式为主，直销模式为辅，并补充少量线上电商及线下零售业务，直销客户又可分为非商超类直销客户和商超客户两类，非商超类直销客户包括连锁烘焙店、酒店、饮品店等，商超客户为沃尔玛、华润万家、盒马生鲜等超市。上述不同销售模式下收入金额变化及占比情况如下：

单位：万元

销售模式	2019年			2018年			2017年	
	金额	占比（%）	增长率（%）	金额	占比（%）	增长率（%）	金额	占比（%）
经销	132,839.67	83.94	21.24	109,564.35	83.51	37.70	79,569.39	83.38
直销	24,886.01	15.72	16.96	21,276.79	16.22	35.82	15,664.88	16.42
其中：非商超类直销客户	14,169.71	8.95	15.69	12,247.48	9.34	23.95	9,880.93	10.35
商超客户	10,716.31	6.77	18.68	9,029.31	6.88	52.79	5,909.61	6.19
零售	538.96	0.34	52.63	353.12	0.27	81.02	195.08	0.20
总计	158,264.64	100.00	20.63	131,194.25	100.00	37.48	95,429.35	100.00

1、2018 年不同销售模式金额及占比变化的原因

2018 年，随着公司业务的快速发展，公司经销、直销两种模式下的销售收入均取得较快增长，增长率与公司趋势保持一致，因此占比未发生较大变化。

随着我国网上消费习惯的兴起，公司零售收入快速增长，销售占比有所提升，但其销售规模较小，对公司整体收入影响不大。

2、2019 年不同销售模式金额及占比变化的原因

2019 年，公司经销模式下的收入增长情况与公司整体不存在较大差异，其占比较上年略有提升。

2019 年，公司直销模式收入增长率低于公司整体增长率，主要是因为非商超类客户幸福西饼对公司采购额由 2018 年的 2,402.21 万元下降至 1,301.82 万元，拉低了公司直销模式收入增长率，故直销模式销售占比较上年有所下降。

2019 年，随着公司线上收入的继续增长，公司零售模式增长率快于公司整体增长率，其销售占比亦有所提高。

（三）营业收入增长与同期净利润增长的匹配关系、与同行业可比公司的比较情况，详细披露 2019 年净利润增长幅度大幅超过营业收入增长幅度的原因及合理性

1、营业收入增长与同期净利润增长的匹配关系

报告期内，公司营业收入增长与同期净利润增长的匹配关系如下：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
营业收入	158,372.95	100.00%	131,345.30	100.00%	95,599.15	100.00%

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
营业成本	93,012.66	58.73%	81,980.06	62.42%	62,007.60	64.86%
毛利	65,360.29	41.27%	49,365.24	37.58%	33,591.55	35.14%
销售费用	30,841.16	19.47%	27,903.98	21.24%	19,834.28	20.75%
管理费用	7,095.34	4.48%	9,827.85	7.48%	4,172.50	4.36%
研发费用	4,150.52	2.62%	3,610.62	2.75%	2,958.78	3.09%
营业利润	22,621.94	14.28%	6,980.41	5.31%	5,466.19	5.72%
利润总额	22,560.96	14.25%	6,963.88	5.30%	5,238.60	5.48%
净利润	18,139.82	11.45%	5,230.86	3.98%	4,398.73	4.60%
扣除非经常性损益后的净利润	17,287.83	10.92%	8,522.94	6.49%	4,444.54	4.65%

报告期内，公司的净利润分别为 4,398.73 万元、5,230.86 万元和 18,139.82 万元，扣非后净利润分别为 4,444.54 万元、8,522.94 万元、17,287.83 万元。

2018 年、2019 年，公司扣非后净利润较上年同期分别增长 91.76%、102.84%，而营业收入增长了 37.39%、20.58%。公司扣非后净利润增速高于收入增长的速度，一方面是因为公司经营规模扩大，规模经济性使得公司毛利率增加、期间费用率有所降低；另一方面，增值税率下调，公司产品结构的优化等因素致使公司综合毛利率逐年提高。综合毛利率的变动及期间的变动情况详见本问询回复问题 13、14 相关内容。

2018 年，扣除非经常性损益后的净利润率为 6.49%，较上年同期增长了 1.84 个百分点，与公司毛利率的变化趋势一致。

2019 年，公司净利润较 2018 年增长了 12,908.96 万元，增幅较大。主要是因为公司毛利率较 2018 年有所上升，且销售费用占比下降所致。因此，2019 年，公司扣除非经常性损益后的净利润率为 10.92%，较上年同期增长了 4.43 个百分点。

综上所述，公司扣非后净利润增速高于收入增长具有合理的原因，具有匹配性。

2、收入、净利润变动与同行业可比公司的比较分析

报告期内，公司收入、扣除非经常性损益后净利润变动情况与同行业可比公司对比情况如下：

项目	营业收入同比增长		扣非后净利润同比增长		扣非后净利润率		
	2019年	2018年	2019年	2018年	2019年	2018年	2017年
桃李面包	16.77%	18.47%	7.02%	21.92%	11.69%	12.76%	12.40%
元祖股份	13.50%	10.18%	-0.88%	16.78%	9.52%	10.90%	10.28%
麦趣尔	11.72%	3.56%	-55.96%	-1,507.18%	-10.78%	-27.34%	2.01%
海融科技	7.86%	14.82%	8.54%	0.55%	12.76%	12.68%	14.48%
南侨股份							9.31%
同行业公司平均	12.46%	11.76%	4.89%	13.08%	11.32%	12.11%	11.62%
立高食品	20.58%	37.39%	102.84%	91.76%	10.92%	6.49%	4.65%

注：近年来，麦趣尔处于亏损状态，不具可比性，因此同行业公司平均扣非后净利润率、扣非后净利润同比增长为剔除麦趣尔后的情况。

报告期内，公司营业收入增长幅度、扣非后净利润增长幅度均高于同行业可比公司。

近年来，公司的冷冻烘焙食品及含乳脂植脂奶油，属于我国新兴的食品细分品类，尤其是冷冻烘焙食品，市场成长空间较大，公司产品竞争力较强，具有较高的成长性，故公司近年来营业收入增长幅度高于行业平均水平。

近年来，公司净利润增长幅度超过同行业可比公司平均增长幅度，系公司净利润率快速增长所致。一方面，近年来公司冷冻烘焙食品增速较快，且含乳脂植脂奶油销量亦逐年增长，高毛利率产品销量的增加使得公司毛利率逐年提升。另一方面，公司收入规模快速增加，规模的增加摊薄了部分固定的费用支出；此外，公司精细化管理能力有所加强，故报告期内，公司期间费用率（扣除股份支付影响）有所下降。因此，报告期内，公司平均扣非后净利率分别为 4.65%、6.49%、10.92%，虽然低于同行业可比公司，但逐年上升，2019 年已接近同行业平均水平。

3、详细披露 2019 年净利润增长幅度大幅超过营业收入增长幅度的原因及合理性

2019 年，公司净利润较上年增长了 246.78%，大幅超过营业收入增长幅度。主要原因是：

（1）2018 年，公司一次性计提股份支付费用 3,665.22 万元，并计入非经常性损益，拉低了 2018 年净利润。如扣除非经常性损益影响，2019 年，公司扣非后净利润较上年增加 102.84%。

（2）因公司产品结构优化及 2019 年增值税率下调，公司综合毛利率增长了 3.69 个百分比，详见本问询回复问题 13 相关内容。毛利率的增长使得公司的利润总额增长了 5,836.89 万元。

（3）扣除股份支付影响后，公司 2019 年期间费用率较上年降低 2.17 个百分比。其中，2019 年公司销售费用率较上年下降了 1.77 个百分比，是期间费用率下降的主要原因。销售费用中的职工薪酬、运输费用、仓储费、差旅费用占营业收入比重均有所下降，详见本问询回复问题 14 相关内容。公司期间费用率下降，使得公司的利润总额增长了 3,434.12 万元。

因此，2019 年净利润增长幅度大幅超过营业收入增长幅度合理。

二、 经销、直销、零售各类销售模式的定价方式、结算方式，以及收入确认相关的会计核算过程、相关内部控制的关键环节；

（一） 经销、直销、零售各类销售模式的定价方式

公司产品根据市场情况进行定价，但不同销售模式下，公司不同类产品的定价模式有所不同，详情如下：

产品类别	经销模式	直销模式	零售模式
冷冻烘焙食品	广东省内、省外分别执行不同价格	非商超类直销客户，与经销模式一致；商超客户每家均单独定价	根据市场同类产品情况定价
奶油类、水果类	全国统一定价	全国统一定价	根据市场同类产品情况定价
酱料类	分烘焙、餐饮、工业渠道，每个渠道分别定价	分烘焙、餐饮、工业渠道，每个渠道分别定价	根据市场同类产品情况定价

注：上述定价系销售价格，未考虑返利或临时促销对价格的影响。

（二） 经销、直销、零售各类销售模式的结算方式

不同销售模式下，公司不同类产品的结算模式如下：

产品类别	经销模式	直销模式	零售模式
冷冻烘焙食品	大部分采用先款后货政策，少量规模较大的经销商采用先货后款政策	非商超类直销客户结算方式与经销商一致 商超客户及部分规模较大客户按月对账，对账无误后开具发票，客户收到发票后一定期限内付款	线上平台即利用支付宝等第三方支付平台进行结算；线下门店则将产品交予客户时候收取货款
奶油类、水果类	对于规模较大的经销商采用先货后款政策。对规模较小或新合作经销商采取先款后货的形式	对于规模较大的直销客户采用先货后款政策。对规模较小或新合作直销客户采取先款后货的形式	
酱料类	大部分采用先款后货政策，少量规模较大的经销商采用先货后款政策	大部分采用先款后货政策，少量规模较大的客户采用先货后款政策	

（三） 收入确认相关的会计核算过程、相关内部控制的关键环节

1、收入确认相关的会计核算过程

（1）收入确认一般原则

公司在已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方，既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制，收入的金额、相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量，相关的经济利益很可能流入企业时，确认销售商品收入。

（2）公司收入确认原则以及相关会计核算过程

公司根据合同约定验收标准的不同，采取不同的收入确认政策。其中，合同约定货物签收即完成产品检验，公司以对方签收作为收入确认时点；合同约定收货后需按月对账、结算的，以双方对账确认作为收入确认时点。

公司的客户分为经销客户、直销客户、零售客户（包括线上销售及线下零售）。具体业务模式及相关收入核算过程如下：

业务模式	与收入确认相关的简要业务流程	收入确认时点	收入确认条件及依据
经销商或直销商（签收确认）	客户下单—>公司发货—>客户签收—>确认收入	客户签收	客户签收凭据
经销商或直销商（对账确认）	客户下单—>公司发货—>客户签收—>客户提供对账单—>确认收入	客户对账	客户对账单据
线上销售	客户下单—>公司发货—>线上系统自动确认收货或客户手动确认收货—>收到第三方平台支付款—>确认收入	第三方支付平台向公司支付货款	第三方支付平台每月向公司提供的销售流水清单
线下零售	顾客购买—>发货收款—>确认收入	客户收货	公司每月的产品销售流水清单

①签收确认收入

此类客户，公司货物送达客户指定地点办理签收时即已按照合同约定的标准和条件将商品的控制权转移给客户，因此，客户办理签收即表明公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购买方，公司既没有保留与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制，相关经济利益能够流入。

月末，物流部门根据留底发货单及运输司机交回的客户签收回单编制《运输回单统计表》，每月物流部门定期将《运输回单统计表》中客户签收人、签收日期等信息整理好报财务部。财务人员核对《运输回单统计表》与发货单、出库单上的产品名称、数量、金额无误后，在签收当月确认收入，同时结转成本。

②对账确认收入

此类客户，公司货物送达客户指定地点办理签收手续时，虽已将商品所有权转移，但公司由此形成的交易经济利益尚无法确定是否能够流入。因此公司根据双方合同约定的对账期限按月对账、结算，在与客户对账后表明客户已正式接受该商品，同时进入结算流程，交易经济利益能流入。

每月，财务将客户提供的对账单与发货单、出库单上的产品名称、数量、金额核对无误后，在取得对账单的当月确认收入，同时结转成本。

③线上销售

此类客户在公司电商平台下单，公司安排发货给客户。由于电商平台往往规定有七天无条件退货，需要待客户或平台自动确认收货后，第三方支付平台才向公司支付货款。因此，公司按照客户线上订单约定的相关产品或商品发出，客户签收且公司收到第三方平台支付款项表明公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购买方，公司既没有保留与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制，相关经济利益能够流入。

每月电商客服核对电商平台订单确认已发货未收款订单和已收款订单，并下载电商账单明细（主要包括商品、订单号、订单状态、商品总价、商家实收金额、商品数量、收货人、收货地址等）和汇总账单（主要包括上期余额、当期收入、当期支出及当期余额、业务类型等）交给出纳和财务核对无误后，确认收入，同时结转成本。

④线下零售

此类客户在公司设立的零售门店下单，零售门店产品均为快消甜点和饮品，具备难以长期储存的特点，产品交付给客户时表明公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购买方，公司既没有保留与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制，相关经济利益能够流入。

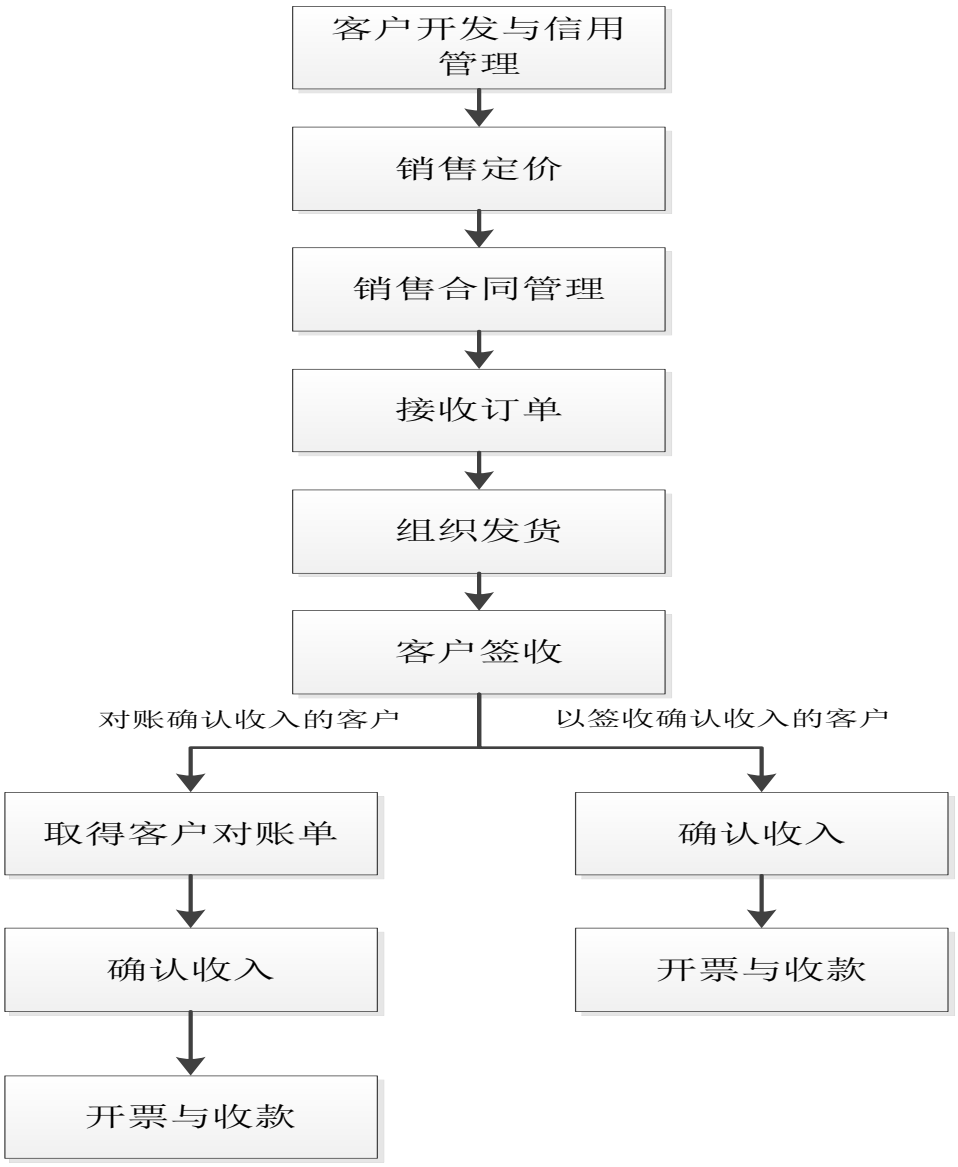
每月，门店店长在门店收银系统导出产品销售流水清单提交给财务，财务根据产品销售流水清单确认收入，同时结转成本。

2、 收入相关内部控制的关键环节

（1）交易具体流程

公司在日常客户管理中对直销客户、经销客户采用相同的管理方式，主要是由于公司与直销客户和经销客户合作时均为买断式销售，其风险转移、权利义务的承担均没有区别。

公司主要业务的交易具体流程如下：



（2）相关内部控制

公司对销售环节中的客户信用管理、销售价格、销售合同制定、销售出库、开票与确认收入、销售退回、销售折让、销售收款以及后续应收账款管理等销售的全部流程制定了符合公司自身经营特点的内部控制制度，具体如下：

①客户信用内部控制

销售人员根据公司产品战略标准选定目标市场及客户，并负责其开发工作，客户需至少满足 A、对公司所有品牌有高度合作意愿，对发展理念和企业文化能够高度理解配合，并且对公司发展充满信心；B、根据接触客户评估信用分析经销商的资金实力，配送人员及相应的车辆规模，满足公司在当地市场发展规划；C、经销商信用、口碑、终端客户评价较好，未出现过与上游供应商产生不良货款、给终端客户销售假冒伪劣产品的历史记录；D、经销商经营理念符合当下发展趋势，着眼行业长期利益，对行业未来发展充满信心；E、直销客

户：选择规模大、全国城市网点分店多、销售额比较高、或销售额不高但在某一区域和领域具有品牌影响力的客户。销售人员客户开发成功后，应当收集客户营业执照、食品经营许可证、开票资料、送货地址等信息，在 OA 系统填写《经销商及直销客户开户申请表》提交审核，经审批后合同签订完成由销售服务部人员录入供应链系统档案，方可正式成为公司合格的客户。

销售部门根据业务需要对客户信用调查，针对不同客户类型、交易量、合作时间、日常经营回款情况综合评估客户的信用状况。每年年底，销售助理将有账期/信用额度的客户整理成文件，在 OA 系统上报销售总监、销售部门负责人审批，由销售客服、财务部、销售部门负责人审核，总经理审批后实施次年的信用政策。交易过程中客户确因暂时资金周转困难，需要申请临时信用额度的，由销售部门在 OA 系统提交《经销商还款计划申请表》或《临时额度审批表》提交销售客服部负责人、财务部应收会计复核，销售部门负责人审批后执行。

每月销售客服或财务人员填报《经销商超期未汇款跟踪表》或《超期未回款明细表》给部门负责人审批，财务部对超期未收回货款跟踪处理，并向总经理报备；销售人员依据《超期未回款明细表》与客户对接，负责追收货款。

同一客户的信用额度可随着实际情况的变化而有所改变，销售人员所负责的客户要超过规定的信用额度时，须 OA 申请报区域经理、销售部门负责人（子公司需经总经理）审批后执行新信用政策。

②销售定价内部控制

公司销售人员预先收集与产品定价相关的信息，包括客户需求、同行定价等，销售各部门综合销售人员提供的信息、部门的毛利率、费用、区域内客户的品类市场竞争情况、市场利润等，由销售部门负责人制定各部门的产品销售价格；经管中心综合产品的成本、毛利率、税费、利润等指标后在销售部门负责人制定的价格基础上给出建议价，报总经理审批；产品价格审批确定后 OA 系统知会销售客服，销售客服根据审批后的产品定价信息录入供应链系统，锁定产品价格。原则上，产品价格锁定后，一般不会变更，后续因外部环境发生变化，需要做价格调整的，由对应区域的销售人员提出特价申请，报区域经理-销售总监-销售部门负责人（子公司需经总经理）审批后执行。

③销售合同内部控制

销售合同采用标准格式和客户格式。每年年底公司组织销售部、财务部、律师顾问对标准格式销售合同条款进行修订，修订后的标准格式销售合同提交总裁办审核通过，作为下一年度合同签订使用。标准格式合同在使用过程中需要作临时性修改的，则由销售部门提交合同修改的申请后交律师顾问进行修订，总裁办审核；客户格式销售合同，在签订前提交公司

法律顾问复核合同主要条款是否齐全，双方当事人的在交易中的权利、义务和法律责任是否明确具体，是否有显失公允公平或违反法律、行政法规的条款等。

销售人员确定合作客户后，在 OA 系统提交《销售合同审批表》交销售客服复核合同名称是否已在公司开户，营业执照是否正确；财务部复核合同主要条款客户是否勾选、填写，客户盖章是否正确清晰，区域经理、销售总监、销售部门负责人审批后加盖公司公章，合同签订完成。

④销售出库内部控制

销售客服接到客户订单后，先核对客户的信用政策。信用政策为先款后货的，客服通知销售人员催收货款，收到客户货款核对金额、账户名称等信息无误后提交销售订单；信用政策为赊销的，销售客服核对客户信用政策（或信用额度）是否满足发货条件后提交销售订单。物流部门根据销售客服提交的订单信息，负责车辆安排；仓库管理员开具一式五联（仓库留底、客户留底、物流公司留底、财务留底、客户签收回单）发货单作为库管的记账依据，包括客户名称、产品编码、产品名称、数量等信息办理产品发货；运输司机按送货单清点发货产品名称、数量，运至与客户约定的交货地点，客户接收人在送货单签字确认收货，一联客户留底，一联由运输司机交回给物流部门。由于运输司机将客户签收联交回公司需要一定时间，故公司要求运输司机收到经客户签收确认的发货单后及时将签收单拍照上传，物流部根据运输司机上传的电子版签收单照片核对客户签收信息，登记《运输回单统计表》，如货已发但尚未签收，物流部会与客户联系逐家落实货物是否签收，以保证《运输回单统计表》记录的完整性和及时性。每月，物流部门定期将纸质客户签收单和《运输回单统计表》客户发货和签收信息整理好报财务部，财务部核对客户发货、签收和账务处理是否一致，纸质版客户签收回单归档作为记录原始凭证。

⑤客户对账内部控制

需与公司对账的客户，每月月初客户寄发月度对账单或企业在客户结算平台上下载月度对账单，财务部根据所获取的对账单核对结算产品名称、金额、数量，对于双方结算的差异，联系销售客服或者客户财务人员沟通结算差异形成的原因，核对无误后，企业财务人员在取得对账单的当月做相应的会计处理。

⑥开票与收入确认内部控制

物流部门根据留底发货单及运输司机交回的客户签收回单编制《运输回单统计表》，每月物流部门定期将《运输回单统计表》中客户签收人、签收日期等信息整理好报财务部进行账务处理。应收会计根据客户签收/对账日期以及收入确认方式生成结算单，确认收入结转成本，每月月中、月末导入《结算单》按照客户结算金额开具增值税发票，开票信息与客户

名称、税号、结算金额等信息核对后邮寄给客户。

⑦销售退回内部控制

销售人员为公司客诉处理的第一责任人，通过接收电话、登门拜访客户等渠道了解产品在销售及使用过程中发生的产品质量问题，对于接收到的所有客诉，应当第一时间了解产品发生问题的基本情况，并做出初步的判断和处理方式。销售人员在了解客诉情况后，在 OA 系统填写《产品质量反馈表》、《客诉申请及调查分析改善追踪单》或《经销商发货异常情况表》，经大区经理-区域总监-销售部门负责人审批，质量中心（或食安中心）分析产品的责任归属，最终确认责任归属流程走完后方可办理退货手续。由销售服务部联系销售人员及对应物流、仓库人员协助安排退换货事宜，仓储部门收到退货核实数量后由销售客服在供应链系统录入退货单据，仓库主管审核后打印纸质退货单交财务进行账务处理。

⑧销售折让折扣内部控制

公司的折让、折扣为年度返利、月度返利和临时促销，折让、折扣形式为货折和现折。

针对年度返利，销售各部门负责人根据每年的返利政策执行情况，结合部门实际情况，决定是否需要调整下年更适合客户的返利比率及计算依据返利政策，通过 OA 系统将下一年度各销售部门具体的返利政策提交总裁办（或总经办）审批；因市场销售策略需求对客户给予一定销售折扣的，与客户签订销售返利补充协议（沃尔玛的返利政策包含年度返利和月度返利，均在销售合同中约定，不再额外签订补充协议）。补充协议由业务员发起，部门负责人审批后报客服检查与审批的返利政策一致后交财务核实，最后由总经办审批。每月，销售客服部根据当月客户的实际交货情况预提已确认返利客户的返利金额。年终，所有签订返利协议的客户全年发货情况确定后，根据返利合同约定及发货情况，销售客服计算并编制《全年销售折扣统计确认单》。客服主管复核客户发货情况、折扣率，折扣金额无误后，提交财务部，应收会计根据返利协议约定的交货情况，返利比率，实际发货情况等信息核对返利金额计算的准确性。销售服务部和财务部双方核对无误后，销售客服在 OA 系统提交统计表给区域经理/大区经理审批。《全年销售折扣统计确认单》交客户签字盖章确认。销售客服将其整理好交付给财务部作为记账依据。返利情况由客服部门随时跟进了解各客户的应返和实返情况。

针对月度返利，每月末，公司财务根据对账单确认收入后，按照收入确认金额及合同约定月度返利比例计算返利金额并进行账务处理。

针对临时促销，销售人员依照市场销售目标及公司产品策略制定具体促销活动方案、短期性的折让折扣方案，在 OA 系统上填写《促销立项申请表》、《推广活动申请表》、《大客户/经销商/二批优惠条款申请表》、《内部联络其他事项申请单（销售）》等申请单据，单次审

批金额＜2,000 元，销售部门负责人审批通过即可，单次审批金额≥2,000 元，《促销立项申请表》需经总经理审批方可执行。销售客服按照审批文件和活动性质随销售订单产品一起下单，运输司机将经客户签收的发货单回传给物流部门，整理好后交给财务进行账务处理。

⑨销售收款内部控制

出纳取得银行收款回单在供应链系统《回款明细表》上录入客户回款信息后将银行收款回单给会计；会计根据收款回单上客户名称将收款情况入账并制作记账凭证，主管审核；销售服务部根据出纳录入的《回款明细表》核对客户的回款与订单金额，回款单位是否为客户公司账户等信息，无误后提交销售订单。每月出纳负责将开户银行的对账单余额与银行日记账余额核对，有差异的，查明原因后由会计编制《银行余额调节表》，与银行对账单核对未达账项交由会计复核确认，确定银行存款账面余额与银行对账单余额是否调节相符，如调节不符，应当查明原因，及时处理。

⑩应收账款管理内部控制

销售部严格按照销售合同、协议书的约定及时核对、跟踪赊销客户的回款情况，负责账款的催收与联络。财务部每月核对应收账款的余额和信用政策情况，落实月末应收账款余额与信用政策不相符的原因，销售客服或财务提交《经销商超期未汇款跟踪表》或《超期未回款明细表》给销售人员负责跟进回款。赊销客户不能按时回款或现款客户不能及时汇款仍需要继续发货时，客户提交还款计划申请，销售人员报销售部门负责人审批后给予客户一次继续接订单发货资格；依据催款次数及欠款金额大小，公司应当采取向客户发出书面货款催收文件、停止发货、出具律师函件及提起诉讼等措施确保公司资产安全，降低风险。

⑪坏账准备的计提与核销内部控制

内部并表关联方的往来款不计提坏账准备；财务部对并表关联方外的应收账款应与销售部共同分析其还款可能性，依据账龄和单笔款项的具体情况确定坏账计提比例；会计每年年末根据坏账政策计提坏账准备，提交财务总监审核。

针对超过账期一年的应收款，公司尝试停止发货、寄发书面催收文件无果后，确定通过正常途径收回可能性较小，则交法务维权，启动相关法律诉讼程序，财务部依据诉讼结果及执行情况判断是否需要单项计提坏账，提交财务总监审批；对于确定无法收回的应收款，销售部汇总相关信息提交公司总经理审批，会计根据审批进行账务核销会计处理，提交财务经理和财务总监审核；已注销的坏账又收回，应及时入账并由财务总监审核。

⑫线上销售内部控制

公司电商运营经理负责优化电商运营环境、挖掘客户需求、提高公司电商平台传播量和知名度；客户直接在电商平台浏览下单，客服通过聊天软件对客户提出的疑问进行解答，客

户付款后电商平台后台即收到客户订单，客服根据后台订单核对客户购买明细、地址、备注信息等无误后，电商仓库在电商平台店铺进行订单下载，再次审核，电子快递单打印，拣货单打印，到仓库拣货并根据订单内容进行包装封箱，每天下午 5 点后收取包裹并称重发货。每月电商客服核对电商平台订单确认已发货未收款订单和已收款订单，并下载电商账单明细（主要包括商品、订单号、订单状态、商品总价、商家实收金额、商品数量、收货人、收货地址等）和汇总账单（主要包括上期余额、当期收入、当期支出及当期余额、业务类型等）交给出纳和财务核对，无误后，财务根据汇总账单进行账务处理确认收入。

⑬门店销售内部控制

公司门店店长负责线下门店的产品开发、推广，营销推广活动由门店店长提交给市场部经理审批后在公司微信公众号推文或者收银系统发送优惠活动信息给客户。客户根据门店菜单在门店、饿了么、大众点评等下单，门店店员在收银系统录入客户订单信息，客户付款后现场制作交货给客户。门店收到现金的，每月提交一次给公司出纳，若门店现金超过 100 元，当天提交给公司出纳。每天店铺结束营业后，店员核对当天的收银系统数据，对当天未销售完或需处理的产品做报损处理。每月，门店店长在门店收银系统导出产品销售流水清单提交给财务，财务根据产品销售流水清单确认收入。

综上，公司收入与收款业务内控措施完善并得到执行；公司收入确认的方法和时点符合《企业会计准则》的相关规定。

三、不同销售模式下取得重要客户订单的方式、与主要客户或平台的具体合作方式和主要合同条款，合作方式是否符合行业惯例；

（一）不同销售模式下取得重要客户订单的方式

在经销模式下，公司获取重要客户的方式为展会、业务员拜访、介绍等方式。

在直销模式下，公司获得重要客户的方式与经销模式一致，为展会、业务员拜访、介绍等方式。

零售模式下，客户主要为散客，不存在重要客户。

（二）与主要客户或平台的具体合作方式和主要合同条款

1、公司与主要客户或平台的合作方式

根据公司与客户签署的合同条款，公司与经销商的合作方式均为买断式经销，即客户自行负责所采购产品的最终销售，除质量问题外不得退回。公司与客户每年签署年度合作协议，客户按需求向公司下订单，公司负责配送。公司产品的定价、结算方式详见本问询回复问题 8 二相关内容。

公司对直销客户的合作方式亦与经销商一致，公司与客户每年签署年度合作协议，客

户按需向公司下订单，公司负责配送，除质量问题外不得退回。公司对商超客户以及少量规模较大的非商超类直销客户的结算方式与经销模式有所不同，即对账确认收入，详见本问询回复问题 8 二相关内容。

公司合作的主要电商平台为天猫。公司在天猫等电商平台开设直营旗舰店，客户下单后，公司在仓库中直接发货给客户，并采用支付宝等第三方支付平台作为货款支付方式。

2、主要合同条款

（1）与经销商客户的条款

公司与主要经销商客户的合同条款如下：

关于销售区域的约定：“甲方（即立高食品）同意乙方（即经销商客户）作为甲方提供的烘焙销售渠道，为 XX 系列产品在 XX 地区的经销商。”

关于结算价格的约定：“甲方提供给乙方的结算价为乙方当地交货价。”

关于退换货及验收的约定：“客户在收货时应及时验收，如发现破损、丢失、污染等情况在发货单上注明；收货后发现缺失、破损、污染、变质产品，应在收到产品 7 天内书面通知企业退换，7 天内没有提出换货要求的视为所收产品全部合格；乙方未经甲方同意不得向甲方退换产品。”

关于付款的约定：“乙方所有货款都必须通过银行转账汇入甲方指定的账号，不得以现金形式交给甲方的业务人员。”

关于结算，有先款后货及先货后款等不同约定。对于先款后货的合同条款主要为：“甲方收到货款后按照订单确定时间发货”。对于先货后款的合同条款主要为：“在合同期内甲方同意乙方应付货款在正常情况下采取月结方式进行结算，即每月 XX 号前，乙方必须付清上月甲方发货给乙方的所有产品货款。”

（2）与主要直销客户的条款

公司与非商超类直销客户的合同条款与经销客户类似，但无经销区域的约定。

公司商超客户主要为沃尔玛，其条款如下：

关于结算：“付款条款。付款期限自公司在订单所指定地点接收到商品时开始计算。发票应根据公司的要求在商品发运后一个工作日内以邮寄方式或专人送达公司。供应商同意提供有效发票，付随结款文件，……，文件齐备后，付款时间将从齐备起算。”

关于运费：“所有商品运抵订单指定地点以前发生的运费由供应商承担。”

关于交付：“供应商应于订单规定的时间和地点交付商品。商品于到达订单规定地点并由公司或授权人员签字接受之时视为交付。任何在运输、装载、卸载过程中发生的风险均由供应商承担。”

关于退换货：“公司可无条件地退还质量存在缺陷的任何商品，除非另有约定，公司也有权退还销售记录不令人满意的任何商品。”

关于保质期:“国产商品送达公司时,距离商品载明的保质期到期日不少于 2/3 的时间。”

（3）公司与天猫平台的条款

公司在天猫平台开设店铺，遵守天猫平台的电子合约，系天猫平台的格式条款，与平台其他商家不存在差异。

（三）合作方式是否符合行业惯例

根据同行业公司的公开信息，除元祖股份采用自营门店外，同行业公司与经销商的合作均采用买断式经销的方式，一般情况下，大型商超或连锁烘焙门店采购量大，议价能力强，与该类直销客户的合作亦主要遵循客户的采购模式。因此，上述合作方式符合行业惯例。

四、不同销售模式下相同产品的定价标准、售价是否一致，列示报告期内各类产品的销售收入、单价、成本、单位成本、毛利率，变化的原因；

（一）不同销售模式下相同产品的定价标准、售价

公司定价标准、售价根据产品、渠道、客户类型、地域的不同而有所差异，因此，不同销售模式下的相同产品的定价标准、售价可能存在差异，公司定价标准详见本问询回复问题 8 二相关内容。

（二）列示报告期内各类产品的销售收入、单价、成本、单位成本、毛利率，变化的原因

1、冷冻烘焙食品

报告期内，公司冷冻烘焙食品销售收入、单价、成本、单位成本、毛利率情况如下：

项目	2019年度		2018年度		2017年度
	金额	增幅	金额	增幅	金额
收入（万元）	73,846.39	34.26%	55,001.96	53.43%	35,848.36
成本（万元）	43,084.12	23.14%	34,988.00	49.04%	23,475.55
单价（元/KG）	20.91	6.59%	19.62	8.40%	18.10
单位成本（元/KG）	12.20	-2.24%	12.48	5.29%	11.85
毛利率	41.66%		36.39%		34.51%

报告期内，随着公司冷冻烘焙食品的快速发展，其收入规模逐年增加，详见本问询回复问题 8 一相关内容。

报告期内，公司冷冻烘焙食品成本亦随着收入规模而逐年增长，其毛利率分别为 34.51%、36.39%、41.66%，呈逐年增长趋势，其单价、单位成本及毛利率变动情况如下：

（1）2018 年冷冻烘焙食品整体单价、单位成本变动分析

2018 年，公司冷冻烘焙食品毛利率较 2017 年提高了 1.87 个百分点。主要原因是：一方面，2018 年，公司冷冻烘焙食品单价由 2017 年的 18.10 元/KG 提升至 19.62 元/KG，增长了 8.40%。2018 年，公司甜甜圈产品平均单价为 24.91 元/KG，明显高于冷冻烘焙食品的平均单价 19.62 元/KG，且甜甜圈销售额占冷冻烘焙食品总销售额的比例由 2017 年的 19.05%增加至 2018 年的 25.55%。单价较高的甜甜圈等产品的销售额占冷冻烘焙食品比重上升，拉高了冷冻烘焙食品的整体单价。另一方面，2018 年，冷冻烘焙食品平均成本上升，由 11.85 元/KG 上升至 12.48 元/KG，增长了 5.29%，主要原因是：①2018 年浙江长兴生产基地投入使用，但未达满产，致使冷冻烘焙食品单位制造费用较上年上升了 0.39 元/KG；②为改进口感，公司在甜甜圈产品当中使用了更多的油脂及糖粉，致使甜甜圈的单位成本由 10.23 元/KG 上升至 12.09 元/KG，拉高了冷冻烘焙食品的平均成本。2018 年，公司单位成本的上升幅度低于单位价格的增长幅度，因此，2018 年，公司冷冻烘焙食品毛利率较 2017 年有所上升。

（2）2019 年冷冻烘焙食品整体单价、单位成本变动分析

2019 年，冷冻烘焙食品单价较上年增加 6.59%，单位成本减少 2.24%，致使毛利率上涨了 5.27 个百分点。

2019 年，公司冷冻烘焙食品毛利率较 2018 年增加了 5.27 个百分点。主要原因是：一方面，2019 年，公司冷冻烘焙食品单价由 2018 年的 19.62 元/KG 提升至 20.91 元/KG，增长了 6.59%，主要是因为 2019 年 4 月，增值税由 16%下调至 13%，而公司冷冻烘焙食品的销售价格（含税）未同步向下调整，因此整体不含税价格有所上升，也体现了公司在销售中较强的议价能力。此外，2019 年，蛋黄酥等高端产品受到市场欢迎，销量较上年大幅提升，蛋黄酥的平均价格在 40 元/KG 左右，明显高于冷冻烘焙食品平均单价，其销量由上年的 413.36 吨增长至 1,215.68 吨，增幅达到 194.10%，销售额占冷冻烘焙食品的比重由 2018 年的 2.98%增长至 6.50%。高端产品销量的增长亦带动了冷冻烘焙食品整体单价的上升。另一方面，2019 年，公司冷冻烘焙食品成本基本保持稳定，由上年的 12.48 元/KG 略降至 12.20 元/KG，下降了 2.24%。因此，2019 年，公司冷冻烘焙食品毛利率较 2018 年有所上升。

2、奶油产品

报告期内，公司奶油类产品销售收入、单价、成本、单位成本、毛利率情况如下：

项目	2019年度		2018年度		2017年度
	金额	增幅	金额	增幅	金额
收入（万元）	37,996.81	10.34%	34,436.20	28.37%	26,825.89
成本（万元）	20,145.04	-0.47%	20,239.90	29.44%	15,636.02

项目	2019年度		2018年度		2017年度
	金额	增幅	金额	增幅	金额
单价（元/KG）	12.52	6.65%	11.74	5.85%	11.09
单位成本（元/KG）	6.64	-3.80%	6.90	6.73%	6.47
毛利率	46.98%		41.22%		41.71%

报告期内，公司奶油类产品收入规模逐年增加，其主要原因是含乳脂植脂奶油销量的快速增长，详见本问询回复问题 8 一相关内容。

2019 年，奶油类产品营业成本较上年有所下降。主要是因为油脂、乳制品等原材料价格下降所致。报告期内，奶油类产品毛利率分别为 41.71%、41.22%、46.98%，其单价、单位成本及毛利率变动情况如下：

（1）2018 年奶油产品整体单价、成本变动分析

2018 年公司奶油产品毛利率与 2017 年相比下降了 0.49 个百分点，基本保持稳定。

一方面，2018 年，公司奶油类产品的平均销售单价较 2017 年提升了 5.85%。2018 年，公司含乳脂植脂奶油及稀奶油平均价格分别为 13.05 元/KG、25.99 元/KG，高于奶油类产品整体平均价格 11.74 元/KG，而两种奶油的销售占比较上年同期分别增长了 6.94 个百分点和 5.27 个百分点。因此，单价较高的含乳脂植脂奶油以及稀奶油的销售占比提升，拉高了奶油产品的整体单价。

另一方面，奶油类产品单位成本同比上升了 6.73%。虽然油脂、乳制品等原材料价格下降，公司自产奶油成本由 2017 年的 5.88 元/KG 下降至 2018 年的 5.73 元/KG；但与此同时公司代理的进口稀奶油采购价格上升，单位成本从 2017 年的 22.19 元/KG 上涨至 2018 年的 25.54 元/KG，上涨幅度达 15.10%，抵消了自产奶油成本下降的影响，因此 2018 年奶油类产品单位成本有所上升。受到单位价格、单位成本变动的综合影响，2018 年公司奶油产品毛利率与 2017 年相比略有下降。

（2）2019 年奶油产品整体单价、成本变动分析

2019 年，公司奶油类产品毛利率较上年增加了 5.76 个百分点，主要原因是：一方面，由于增值税税率下调的影响，以及含乳脂植脂奶油销量占比持续上升，使得奶油类产品单位价格由 2018 年的 11.74 元/KG 增长至 12.52 元/KG，上涨了 6.65%；另一方面，油脂、乳制品等原材料价格下降，自产奶油类产品的平均成本由 5.73 元/KG 下降至 5.47 元/KG，下降了 4.50%。因此，公司奶油类产品毛利率较上年有所增加。

3、水果制品

报告期内，公司水果制品销售收入、单价、成本、单位成本、毛利率情况如下：

项目	2019年度		2018年度		2017年度
	金额	增幅	金额	增幅	金额
收入（万元）	19,194.04	10.31%	17,400.86	7.95%	16,118.66
成本（万元）	12,907.54	13.09%	11,413.45	1.05%	11,295.08
单价（元/KG）	16.61	-1.92%	16.93	3.22%	16.40
单位成本（元/KG）	11.17	0.56%	11.11	-3.38%	11.49
毛利率	32.75%		34.41%		29.93%

公司水果制品主要是果馅和果泥，报告期内，果馅和果泥产品销售收入占水果制品收入比重约为 75%。报告期内，公司水果制品收入的增长主要来自于果馅和果泥产品销售量的逐年增长。

报告期内，随着水果类产品收入的稳步增长，其成本亦随之逐年增长。报告期内，水果类产品毛利率分别为 29.93%、34.41%、32.75%，其单价、单位成本及毛利率变动情况如下：

2018 年，公司水果制品毛利率较 2017 年上升了 4.48 个百分点。一方面，公司水果制品中的主要产品果泥的销售价格上调了约 3%-10%，以及幸福西饼增加了果溶的采购量，致使高单价的果溶销售额占水果制品的比例由 2017 年的 16.82%上升至 2018 年的 18.62%，带动水果制品单价较上年有所上升。另一方面，由于材料配比优化，单位重量水果制品原材料用量略有减少，水果制品单位成本有所下降。因此，2018 年公司水果制品毛利率较上年有所上升。

2019 年，公司水果制品毛利率下降了 1.66 个百分点。一方面，幸福西饼对果溶的采购量下降，高单价的果溶销售收入占水果制品比重由 2018 年的 18.62%下降至 2019 年的 14.13%，导致水果制品的平均价格由 16.93 元/KG 下降至 16.61 元/KG，下降了 1.92%。另一方面，水果制品单位成本较上年未发生较大变化。因此，2019 年公司水果制品毛利率较上年有所下降。

4、酱料类产品

报告期内，公司酱料类产品销售收入、单价、成本、单位成本、毛利率情况如下：

项目	2019年度		2018年度		2017年度
	金额	增幅	金额	增幅	金额
收入（万元）	10,841.57	13.05%	9,589.71	78.75%	5,364.82
成本（万元）	6,372.33	18.26%	5,388.43	52.23%	3,539.60
单价（元/KG）	11.14	-0.99%	11.25	4.09%	10.81
单位成本（元/KG）	6.55	3.57%	6.32	-11.36%	7.13
毛利率	41.22%		43.81%		34.02%

报告期内，公司酱料类产品销售额分别为 5,364.82 万元、9,589.71 万元、10,841.57 万元。2018 年，公司酱料类产品销售额较上年同期增加了 78.75%。主要原因是：一方面，2018 年，新品可丝达酱受到市场欢迎；另一方面，公司向客户推出了天使白面包、牛油果餐包等终端产品应用方案，并搭配销售沙拉酱的促销活动，获得良好市场效果，带动了沙拉酱销售量的快速增长。2019 年，公司酱料类产品收入同比增长了 13.05%，增速较 2018 年有所放缓。一方面，上述促销活动带动沙拉酱销售的计划目标已经实现；另一方面，公司酱料类产能利用率在 2019 年达到 98.45%，已经饱和，导致了酱料类产品销售增速放缓。

报告期内，公司酱料类产品的成本随着收入的逐年增长而增长，毛利率分别为 34.02%、43.81%和 41.22%，其单价、单位成本及毛利率变动情况如下：

2018 年，公司酱料类产品毛利率较 2017 年提升了 9.79 个百分点。一方面，2018 年，新品可丝达酱受到市场欢迎，2018 年，可丝达酱的平均单价为 14.68 元/KG，高于酱料类平均单价 11.25 元/KG，其销售占比达到 17.25%，将酱料产品的平均单价由 2017 年的 10.81 元/KG 拉高至 11.25 元/KG，上涨了 4.09%；另一方面，由于酱料用油脂的市场价格较上年有所下降，酱料类产品的平均成本由 2017 年的 7.13 元/KG 拉低至 6.32 元/KG，下降了 11.36%。因此，2018 年，公司酱料类产品毛利率同比有所增加。

2019 年，公司酱料类产品毛利率较 2018 年下降了 2.59 个百分点，主要是因为酱料用油脂的市场价格上升，公司酱料类产品成本由 2018 年的 6.32 元/KG 上升至 6.55 元/KG，上升了 3.57%所致。

五、 报告期内公司的返利政策、各期返利金额及会计处理，是否符合《企业会计准则》相关规定；

（一） 报告期内公司的返利政策及各期返利金额

为鼓励客户销售，公司对客户制定了相关返利政策，分为对经销商、非商超类直销客户的返利和对商超客户的返利两种情况。

对经销商、非商超类直销客户，每年年初，公司与客户在年初签订的《销售合同》及其《补充协议》中，以一年为一个完整的考核期，约定全年的任务额，并根据不同的完成率享受不同的返利率。年度结束后，公司根据返利条款计算应支付予该客户的返利金额，并由客户以书面方式确认。次年，公司按照确定的返利金额，以货折的方式支付返利。报告期内，公司对经销商、非商超类直销客户的返利金额为 1,351.40 万元、1,653.30 万元、1,400.98 万元。

2018 年，公司对经销商、非商超类直销客户的返利增长情况与收入的增长情况相一致。

2019 年，经销商、非商超类直销客户收入合计增加了 20.69%，但返利降低了 14.16%，

其主要原因是 2019 年母公司根据 2018 年增长幅度制定销售返利任务，返利销售额目标比 2018 年大幅上升，但 2019 年母公司销量增速放缓，使得客户的达标量下降，返利金额由 2018 年的 1,229.95 万元下降至 2019 年的 1,070.16 万元。

对商超客户，公司以每月或每年对商超客户的销售额为基础进行计算，在月底及年底与客户确认。所确认的返利在次月或次年回款时直接抵扣货款。报告期内，公司商超客户的返利金额为 503.20 万元、840.36 万元、1,107.63 万元，金额逐年上升，与商超客户的收入逐年增长的情况相匹配。

综上，公司各期返利金额的变动原因合理。

（二） 报告期内公司返利会计处理，是否符合《企业会计准则》相关规定

1、报告期内公司返利会计处理

（1）计提返利

每个月末，公司按预计或合同约定的固定比例计提返利；半年度根据历史上客户返利情况、半年发货情况及当年合同约定返利政策进行合理的预计并计提上半年度返利金额，期末再根据客户当年销售实际完成情况及合同约定返利政策计算全年实际应返金额，与预计数差额部分进行调整。公司按权责发生制根据合理的方法计提返利，会计处理如下：

借：收入

　　贷：其他应付款

（2）实际返利

第二年或次月实际返利时，按扣除返利后的金额确认收入，同时冲回上年/上期计提数：

①公司开具销售发票，发票上列明销售额及返利金额，会计处理如下：

借：应收账款（扣除返利后的金额加销项税）

　　贷：收入（扣除返利后的金额）

　　应交税费－销项税

同时，冲回上年/上期计提数，会计处理如下：

借：其他应付款（上年/上期返利计提数）

　　贷：收入（上年/上期返利计提数）

②客户开具发票，会计处理如下：

借：收入（返利金额）

　　贷：应收账款（返利金额）

同时，冲回上年/上期计提数，会计处理如下：

借：其他应付款（上年/上期返利计提数）

贷：收入（上年/上期返利计提数）

2、会计处理符合《企业会计准则》相关规定

《企业会计准则第 14 号讲解（2010）》第十五章表述：“商业折扣，是指企业为促进商品销售而在商品标价上给予的价格扣除。企业销售商品涉及商业折扣的，应当按照扣除商业折扣后的金额确定销售商品收入金额。”

商业折扣，其本质上是为了促进销售，公司与客户约定的返利政策的目的也是为了促进销售（尽管部分返利是以货物形式而不是以现金形式），所以在会计处理上作为商业折扣处理。

公司根据当期销售金额及合同约定的折扣率计算预计未来会发生的销售返利支出，将销售返利金额从当期营业收入中扣除，会计处理符合《企业会计准则第 14 号（2010）——收入》的相关规定。

同时，根据《企业会计准则第 14 号——收入（2017 年修订）》第十六条规定：“合同中存在可变对价的，企业应当按照期望值或最可能发生金额确定可变对价的最佳估计数，但包含可变对价的交易价格，应当不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额。企业在评估累计已确认收入是否极可能不会发生重大转回时，应当同时考虑收入转回的可能性及其比重。”

合同中存在折扣，合同约定固定折扣或客户销售额达到一定临界值时，公司以免费给予一定数量货物的形式作为折扣或现金折扣，尽管合同约定的总交易价格没有变化，但是折扣使得分摊到单个货物的单位价格依据未来事项的发生或不发生（销售额是否达到临界值）产生变化，实质上合同中存在可变对价。因此，公司返利符合《企业会计准则第 14 号——收入（2017 年修订）》第十六条规定的情形，公司根据当期销售金额及合同约定的折扣率计算预计未来会发生的销售返利支出，将销售返利金额从当期营业收入中扣除，会计处理符合《企业会计准则第 14 号——收入（2017 年修订）》的相关规定。

综上，公司返利的会计处理符合《企业会计准则》的相关要求。

六、 发行人论述销售模式、现金收款情况时选取的行业同比公司为海融科技，论述收入的季节性特征时选取的行业可比公司为南侨股份，这种比较方式是否合理，不同事项选取不同可比公司的原因，发行人选取可比公司的标准是否合适；

公司选取的同行业可比公司为海融科技、南侨股份、桃李面包、麦趣尔以及元祖股份。在对销售模式、现金收款、季节性特征等方面进行比较时，均以上述五家公司同时作为可比公司进行对比。虽然可比公司均属于烘焙行业，但其在产品品类、销售模式、客户类别等方

面各自均有区别，使得各家公司的相关指标也存在差异；不仅如此，各家可比公司的信息披露程度也不一，因此，公司在对比不同事项时，尽量选取和公司业务模式更为接近，且有公开披露信息的公司进行对比。

（一）销售模式与可比公司的对比情况

在销售模式以及经销、直销占比方面，公司与海融科技、南侨股份、桃李面包、麦趣尔以及元祖股份均进行了对比。可比公司中，海融科技产品与公司较为类似，2018 年经销收入占比 89.70%；南侨股份主要产品为油脂等大宗烘焙原料，2017 年经销收入占比 60.16%；桃李面包主要产品为预包装食品，较为适合在超市等终端销售，以直销为主，经销为辅，2018 年经销收入占比为 36.32%；元祖股份主要产品为较高端的糕点、月饼等预包装食品，并采用直营店模式，未采用经销模式；麦趣尔未公开披露最近三年的经销收入占比。因此，除麦趣尔外（未披露具体数据），同行业公司均采用经销的方式进行销售，经销收入占比因各自产品种类的不同而有所差异。在可比公司中，公司与海融科技在产品、销售模式等方面的情况更为接近。

在经销商数量方面，已披露公开数据的可比公司为南侨股份、海融科技。在产品方面，南侨的主要产品为烘焙应用油脂，区别于公司和海融科技的终端客户为烘焙店，南侨股份烘焙应用油脂产品的终端客户主要为焙烤类食品生产企业，其生产经营规模一般大于烘焙店，因而，南侨股份的经销商单家销售规模较大，其经销商数量占客户总数量的 30%左右，但经销商销售金额占总销售额的 60%左右，单家经销商全年的平均销售额在 500 万元左右，远高于公司和海融科技的平均销售规模。鉴于南侨股份在产品、销售模式、以及面向的终端客户与公司存在差异，公司在经销商数量的变动方面选取产品、经销商规模更为接近的海融科技作为可比公司。

（二）现金收款与可比公司的对比情况

桃李面包、麦趣尔、元祖股份未披露其 2017 年至 2019 年的现金收款情况；根据已披露的公开信息，南侨股份在 2017 年、2018 年未发生现金收款；考虑到数据的可比性以及公司与南侨股份在产品方面存在的差异，公司选取海融科技作为现金收款的可比公司。

（三）季节性特征与可比公司对比情况

1、季节性特征同行业公司比较时未选取海融科技的原因

公司在披露招股说明书时，海融科技尚未披露其季节性特征，因此公司无法选取其作为可比公司比较。根据海融科技最新披露的招股说明书，海融科技的营业收入季节性特征如下：

单位：万元

项目	2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
第一季度	11,224.58	19.24%	12,272.35	22.68%	12,424.53	26.37%
第二季度	14,775.65	25.32%	11,722.91	21.67%	10,640.25	22.58%
第三季度	13,555.13	23.23%	12,711.95	23.49%	10,427.49	22.13%
第四季度	18,800.83	32.22%	17,399.14	32.16%	13,632.22	28.93%
合计	58,357.18	100.00%	54,106.35	100.00%	47,124.49	100.00%

公司的营业收入季节性特征情况如下表：

单位：万元

项目	2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
第一季度	34,257.86	21.65%	27,220.26	20.75%	18,259.59	19.13%
第二季度	35,102.66	22.18%	30,118.73	22.96%	20,166.92	21.13%
第三季度	38,826.75	24.53%	32,740.15	24.96%	24,741.35	25.93%
第四季度	50,077.37	31.64%	41,115.12	31.34%	32,261.48	33.81%
合计	158,264.64	100.00%	131,194.25	100.00%	95,429.35	100.00%

公司季节性特征与海融科技一致。

（2）公司与同行业可比公司在季节性方面的对比

同行业可比公司产品有所差异，节令性产品、原材料产量限制等均会对季节性产生影响。因此，不同公司的季节性特征有所不同。公司与同行业可比公司在季节性方面的对比情况如下：

公司	收入季节性说明	收入季节性比例	可比性
海融科技	烘焙食品原料主要用于烘焙食品制造，在中西方传统节假日，比如春节、中秋节、圣诞节等，需求比较旺盛	2019 年，第一季度收入占比 19.24%、第二季度收入占比 25.32%、第三季度收入占比 23.23%、第四季度收入占比 32.22%。	具备可比性
南侨股份	下游烘焙企业部分节令性产品存在明显的季节性特征，在节假日如春节、中秋节等，下游烘焙食品市场对特定的节令性烘焙产品需求相对比较旺盛，从而带动上游烘焙油脂市场	2017 年，第一季度收入占比 21.54%、第二季度收入占比 24.71%、第三季度收入占比 24.88%、第四季度收入	具备可比性

公司	收入季节性说明	收入季节性比例	可比性
	需求。	占比 28.86%	
桃李面包	面包消费市场受春节假期影响，第一季度销量略低，在北方地区冬天较为寒冷，受天气等因素影响，第四季度销量较高。粽子、月饼等节日性产品存在明显的周期性，每年生产及销售主要集中在端午节、中秋节前。	2019 年，第一季度收入占比 20.24%、第二季度收入占比 25.08%、第三季度收入占比 27.71%、第四季度收入占比 26.97%	与公司产品情况不同，桃李面包的粽子、月饼等节日性产品存在明显的周期性，每年生产及销售主要集中在端午节、中秋节前，与公司不具备可比性。
麦趣尔	我国乳制品行业具有明显的季节性特征，该季节性特征主要受到人们的消费习惯和奶牛的自然属性的影响。每年进入冬季（9-12 月），气温降低，市场需求增加，奶牛的产奶量反而随之降低，与此同时冬季牛奶品质较好且气候利于保存，因此奶源相对紧张。进入夏季（3-8 月），气温升高，市场需求减少，奶牛产奶量增加，而且不易储存，奶源相对增多。	2019 年，第一季度收入占比 20.70%、第二季度收入占比 22.51%、第三季度收入占比 30.87%、第四季度收入占比 25.93%	产品与公司存在差异，淡旺季受到奶源的影响，与公司不具备可比性
元祖股份	节令性产品存在明显的季节性特征。春节年糕、清明青团、端午龙粽、中秋月饼等均只在特定节日前后的一段时间出售。其中中秋月饼占烘焙企业销售收入比重较大，因此大部分烘焙行业企业下半年的收入、利润远大于上半年。另外市场上包括本公司等企业针对中华传统节日推出的时令糕点，如重阳糕、桂花糕、青团等产品，也具有较强的季节性。	2019 年，第一季度收入占比 15.33%、第二季度收入占比 22.14%、第三季度收入占比 43.02%、第四季度收入占比 19.51%	与本公司产品存在差异，年糕、清明青团、端午龙粽、中秋月饼等节令产品较多，与公司不具备可比性。
立高食品	我国传统春节往往在 1 月底、2 月初，基本上春节前半个月至春节后半个月，厂商及物流公司进入假期，无法安排生产及配送，但春节期间消费者对烘焙产品消费量较大，客户为了缓解上述供需矛盾，往往在春节前一个多月就开始着手备货，因此公司第四季度是销售的高峰期。	2019 年，第一季度收入占比 21.65%、第二季度收入占比 22.18%、第三季度收入占比 24.53%、第四季度收入占比 31.64%	

注：收入季节性说明来自招股说明书，麦趣尔 2014 年上市时主营收入来自于乳制品销售，因此，收入季节性说明为乳制品的季节性说明。根据其 2019 年年报，烘焙食品销售收入占比已经超过乳制品销售收入。收入季节性比例来自招股说明书与各上市公司年报。

综上所述，公司在论述销售模式、现金收款以及季节性特征时，选取的可比公司的标准

合适。

七、 2017 年第三方回款金额较大的原因及合理性，补充披露第三方回款涉及的主要对象、金额、占比。

（一）第三方回款的原因及合理性

公司销售客户大多为中小型企业，包括数量众多的个体经营户，部分客户为支付方便，往往以法定代表人、股东、亲属以及关联公司等多种主体的银行账户支付货款，进而形成第三方付款。

按照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》相关内容规定，公司对第三方回款的范围重新界定如下：①如客户为法人单位，则任何客户公司账户之外的回款均认定为第三方回款；②如客户有个体工商户或个人，则将其银行账户和经营者本人以外的机构或人员的回款，均认定为第三方回款。按照上述范围，经统计，公司第三方回款的金额及占比如下：

单位：万元

项目	2019年	2018年	2017年
第三方回款金额	251.81	670.02	12,902.32
销售收入	158,372.95	131,345.30	95,599.15
第三方回款占销售收入比重	0.16%	0.51%	13.50%

2017 年之前，部分客户为支付方便，希望由经营者及其亲属、法人代表等第三方回款，公司为维护客户关系，允许部分客户采用第三方回款的方式进行支付。2017 年下半年，公司着手对第三方付款进行规范，对法人客户，要求以其公司账户打款，对个体工商户，要求以其银行账户或经营者的账户进行付款，其他不符合条件的客户以退款重新打款的方式处理。但因 2017 年开始规范的时间为下半年，需要一定的过程，因此，2017 年，公司第三方付款规模较大。2018 年、2019 年，公司第三方付款金额占营业收入比例降至 0.51%、0.16%，已基本不存在第三方回款。

（二）第三方回款的金额涉及的主要对象、金额、占比

第三方回款主要涉及的客户为中小客户，包括个体户等非法人客户以及部分规模较小的法人客户。非法人客户的回款方主要包括经营者直系亲属、旁系亲属，财务、出纳、股东、实际控制人等，以及其关联方或上下游公司；法人客户的回款方主要包括其法人代表，法人代表的直系亲属、其他亲属，财务、出纳、股东、实际控制人等，以及客户的关联方。详情如下：

单位：万元

公司性质	回款方关系整理	2019 年		2018 年		2017 年	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
非法人	经营者直系亲属	43.32	55.48%	262.61	48.97%	1,917.11	46.87%
	财务、出纳、股东、实际控制人等			52.62	9.81%	1,312.07	32.08%
	经营者其他亲属	34.76	44.52%	203.50	37.95%	717.06	17.53%
	客户关联方			17.49	3.26%	74.16	1.81%
	其他			0.01		69.93	1.71%
	个体户合计	78.08	100.00%	536.23	100.00%	4,090.33	100.00%
法人	财务、出纳、股东、实际控制人等			1.92	1.44%	3,731.08	42.34%
	法人代表	13.75	7.92%	87.99	65.77%	2,394.07	27.17%
	法人代表的直系亲属			23.12	17.28%	1,920.05	21.79%
	客户关联方	36.07	20.76%	16.44	12.29%	512.69	5.82%
	法人代表的其他亲属			4.33	3.24%	224.19	2.54%
	其他	123.92	71.33%			29.90	0.34%
	公司合计	173.72	100.00%	133.79	100.00%	8,811.99	100.00%
总计		251.81		670.02		12,902.32	

注：2019 年，法人客户其他类第三方回款金额为 123.92 万元，系北京宏涛园丁园贸易有限公司向银行申请贷款，贷款银行受托账户向公司转账，计入第三方回款所致。

八、 请保荐人、申报会计师结合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》相关内容进行核查并发表明确意见。

针对上述问题，申报会计师执行的主要核查程序如下：

1、 获取了公司的销售明细，对具体产品的销量、价格，核查了不同销售模式下的销售价格、销售金额，并获取了行业数据，对行业情况进行了分析，同时比较了同行业可比公司相关产品的销售情况；

2、 对公司毛利率、期间费用等影响利润的因素进行了分析，并与同行业上市公司进行

了比对；

3、 访谈了公司销售相关人员，获取了公司的客户管理办法及公司与客户签订的合同，了解了公司对经销、直销、零售各类销售模式的定价方式、结算方式；

4、 了解客户的会计政策，抽查了公司对收入确认的相关凭证；获取了公司与主要客户签订的框架协议，对销售收入循环关键节点进行穿行测试和控制测试，报告期内各年分别抽取 3-8 笔穿行测试和 75-160 笔控制测试，以检查其各项内控控制点是否有效执行；

5、 2017 年及 2018 年抽取 12 月份，2019 年抽取第四季度收入核查对应的订单、出库单、运输单、签收单或结算单、发票、银行回单等单据，以确认收入的真实性；

6、 截止性测试：抽取报告期前后 60-80 笔收入进行截止性测试，以核实收入是否存在跨期；

7、 对客户进行了走访，了解公司开拓客户的主要方式，并获取了公司与重要客户、主要平台的合同，并对主要条款进行了核查。同时，查阅了桃李面包、海融科技、南桥股份等同行业可比公司招股说明书、年报，分析公司销售模式、合同条款、合作方式等与同行业可比公司是否存在重大差异；

8、 获得了公司的销售明细表和销售成本明细表，比对了不同销售模式下相同产品的销售价格。分析了各类产品的收入、单价、成本、单位成本、毛利率及变化的原因及合理性；

9、 检查主要客户合同内容，结合公司收入确认方法，判断其销售确认时点、依据以及返利的会计处理是否符合《企业会计准则》的规定；检查前五十大客户合同中与返利相关的条款；收集公司返利计提表、客户结算单，结合返利合同、全年发货情况，复核返利计提数据的准确性；将当年返利计提金额与次年实返金额核对，核实是否存在重大异常；

10、就销售模式、现金收款、季节性等各方面将公司与同行业可比公司进行了比对，分析了同行业可比公司与公司在上述方面与公司的异同；

11、结合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》之“29.关于首发企业经销商模式下的收入确认，发行人及中介机构应关注哪些方面”，对公司经销模式进行了详细核查，具体如下：

（1） 检查主要客户合同内容，结合公司收入确认方法，判断其销售确认时点、依据以及会计处理是否符合《企业会计准则》的规定；

（2） 与公司管理层访谈，了解公司与经销商具体的合作模式，获取并查阅了公司关于经销商准入、经销商管理、经销商退出、客户定价等相关规定，了解公司销售业务模式、定价标准等；

（3） 获取了公司与主要经销商签订的框架协议，获取主要经销商的经销协议，对经销

商的收入确认执行内控测试和截止性测试，核查对应的合同、出库单、运输单、签收单、发票、银行回单等单据；

（4） 获取了公司的运输台账，抽查了公司客户的发货单及运输单，核查了签收方信息，对公司是否直接配送至终端客户进行了核查；

（5） 对公司管理层及销售人员访谈，了解了公司退换货政策及退换货原因，并核查了退换货的相关单据；

（6） 获取公司的经销商管理制度，查看公司的 ERP 系统、实施内部控制测试等核查程序，核查公司收入确认的内控措施是否完善、有效；

（7） 通过全国企业信用信息公示系统查询公司主要经销商的相关信息，核查其主要人员是否与公司的股东、董监高及其关系密切的家庭成员存在关联关系，获取访谈经销商出具的无关联关系声明函；获取并核查了公司及公司实际控制人、董事、监事、高级管理人员、相关财务人员的银行流水，对上述人员的 3 万元以上金额的银行流水进行了逐一筛选和核查；

（8） 访谈公司业务人员，取得并查阅公司与应收账款管理相关的内部控制制度以及内部控制评价报告，评价并核查公司应收账款相关内控制度设计和执行有效性；分析公司信用政策是否合理、符合行业惯例；对比了公司对经销商以及对其他客户的信用政策。同时，查阅同行业上市公司相关信息披露文件，就应收账款信用政策、账龄结构、坏账准备计提情况等与公司情况进行对比分析；

（9） 查阅了桃李面包、海融科技、南桥股份等同行业可比公司招股说明书、年报，分析公司销售模式，就经销商合作模式、经销模式销售比例、公司毛利率等方面与同行业公司进行了对比；

（10） 对公司管理层及销售人员访谈，了解公司与经销商具体的合作模式、公司对经销商库存的掌握情况，获取经销商出具的关于其期末库存情况的说明，核查经销商期末库存情况；

（11） 获取了公司全部经销商名单，并访谈公司相关人员，了解公司报告期内经销商新增、退出的原因；

（12） 获取公司的销售出库单列表、销售明细账，核查经销商采购次数及单次采购金额，分析其采购频率及产品周转速度，核查经销商变动情况及变动经销商对公司业绩的影响，核查持续与公司存在业务往来的经销商情况，核查是否为法人单位及非法人单位；

（13） 核查了公司现金收款明细，抽查了公司现金收款相关凭证及现金日记账，获取了公司现金收款相关内控制度，与相关人员访谈，了解现金收款的必要性及内控制度；

（14） 对经销商进行了走访；

对报告期内公司的主要经销商进行了走访，走访范围确定的原则如下：

项目	原则	实际走访结果
总体走访比例要求	报告期内，所走访的经销商收入占经销商收入比例不低于 60%	由于疫情原因，报告期内实际走访的经销商收入占经销商收入比例分别为 59.13%、62.15%、60.36%。由于保荐机构系在广东当地，故对于我们没有走访的经销商获取并检查了保荐机构的走访资料。包含 保荐机构的走访，报告内走访的经销商收入占经销商收入比例均超过了 60%。
客户规模覆盖要求	覆盖报告期内的主要经销商	对报告期内销售收入 500 万元以上的经销商走访数量比例分别达到了 91.15%、94.72%和 97.97%。包含保荐机构的走访数量后，对报告期内销售收入 500 万元以上的经销商走访数量比例分别达到了 100%、100%和 96.97%。
区域覆盖要求	覆盖所有的区域	所走访的经销商覆盖了华东、华南、华中、华北、西南、西北以及东北等全部区域（公司在港澳台地区未设置经销商，因此走访区域未涵盖港澳台）。公司主要的销售区域，华南、华东、华北和西南地区，走访经销商的收入比重均超过了 50%
走访形式要求	实地走访为主，根据疫情的影响，部分采取视频和电话等远程走访形式作为补充，对于保荐人已实地走访，我们没有实地走访的经销商，获取并检查保荐人走访资料	报告期内，包含保荐机构实地走访资料后的经销商中以实地走访形式的数量占比分别为 100%、99.65%和 92.88%，且报告期内前二十大经销商均进行了实地走访。

公司的经销商体系中存在大量中小经销商，超过 80%的经销商采购规模集中在 100 万元以下，数量众多，分布全国。公司所走访的经销商已经涵盖了主要的经销商以及所有的销售区域，尚未走访的经销商单体采购规模不高，对公司业绩的影响较小。

对报告期内公司的主要经销商进行了走访，走访的数量、金额及占比如下（以下走访数据包含保荐机构的走访情况）：

项目	2019年度	2018年度	2017年度
经销商走访数量（家）	315	289	276
其中：实地走访（家）	288	287	275
视频走访（家）	27	2	1
经销商走访金额（万元）	82,308.47	71,673.30	50,908.85
其中：实地走访（万元）	78,706.34	71,535.16	50,836.78
视频走访（万元）	3,602.13	138.14	72.07
走访金额占比	61.96%	65.42%	63.47%

项目	2019年度	2018年度	2017年度
其中：实地走访	59.25%	65.29%	63.38%
视频走访	2.71%	0.13%	0.09%

按照销售规模分级，各级经销商访谈核查的数量、金额及占比具体如下（以下走访数据包含保荐机构的走访情况）：

单位：家、万元

经销商规模	经销商数量	走访数量	走访数量占比	经销商收入	走访收入	走访金额占比
2019年						
500万以上	33	32	96.97%	25,304.69	24,790.71	97.97%
300万元-500万元	78	74	94.87%	30,084.62	28,699.41	95.40%
100万元-300万元	256	138	53.91%	43,157.20	25,357.25	58.76%
100万元以下	1,340	71	5.30%	34,293.16	3,461.10	10.09%
合计	1,707	315	18.45%	132,839.67	82,308.47	61.96%
2018年						
500万以上	30	30	100.00%	21,737.97	21,737.97	100.00%
300万元-500万元	53	53	100.00%	19,563.28	19,563.28	100.00%
100万元-300万元	207	146	70.53%	35,802.36	26,835.81	74.96%
100万元以下	1,373	60	4.37%	32,460.73	3,536.23	10.89%
合计	1,663	289	17.38%	109,564.35	71,673.29	65.42%
2017年						
500万以上	13	13	100.00%	8,633.76	8,633.76	100.00%
300万元-500万元	33	33	100.00%	12,648.42	12,648.42	100.00%
100万元-300万元	168	130	77.38%	29,811.22	24,517.94	82.24%
100万元以下	1,512	100	6.61%	29,114.30	5,108.73	17.55%
合计	1,726	276	15.99%	80,207.71	50,908.85	63.47%

对经销商进行访谈，了解经销商的基本情况、与公司的合作背景、交易流程、关联关系等内容，具体如下：

访谈项目	具体内容
基本情况	工商信息、主营业务、营业规模、实际控制人等
合作情况	与公司的合作开始时间、合作背景和原因、建立合作的方式，采购公司的主要产品及用途，与公司的经销关系，经销的其他品牌，是否存在囤货情况，是否支付保证金等
交易情况	与公司的交易金额，采购价格与市场价格的比较情况，信用政策，结算方式，返利情况，退换货情况，第三方回款情况，现金交易情况等

访谈项目	具体内容
其他关系	是否存在关联关系或其他关联关系，是否存在资金往来、借贷、担保、委托贷款等
最终销售情况	采购公司产品当年实现销售的比例，向公司的采购频率，库存周转天数等

在经销商访谈过程中获得的主要证据包括：①经销商访谈记录；②受访者名片或身份证复印件；③与受访者的合影；④经销商营业执照及资质证书；⑤经销商无关联关系声明函；⑥查看经销商仓库的照片；⑦抽查经销商向终端客户销售的交易明细，销售出库单、发票等单据。

（15） 对经销商进行函证

对经销商进行函证，确认公司经销收入的准确性。对于未回函的客户执行替代检查程序，检查订单、出库单、运输单、签收单或结算单、发票、银行回单等。报告期内，经销商函证数量、发函和回函的比例如下：

单位：家、万元

项目	2019年度	2018年度	2017年度
经销商函证数量	1,707	1,663	1,726
经销收入①	132,839.67	109,564.35	80,207.71
经销商发函金额②	126,852.86	103,498.59	73,544.51
经销商发函比例②/①	95.49%	94.46%	91.69%
经销商回函确认金额③	111,606.56	89,243.71	61,537.77
经销商回函覆盖比例③/①	84.02%	81.45%	76.72%

按照销售规模分级，各级经销商函证数量、发函和回函的比例如下：

单位：家、万元

经销商规模	经销商数量	发函数量	经销商收入	经销商发函比例	经销商回函比例
2019年					
500万以上	33	33	25,304.69	100.00%	96.42%
300万元-500万元	78	78	30,084.62	99.98%	88.32%
100万元-300万元	256	254	43,157.20	97.90%	83.55%
100万元以下	1,340	1011	34,293.16	85.20%	71.68%
合计	1,707	1,376	132,839.67	95.49%	84.02%
2018年					
500万以上	30	30	21,737.97	99.96%	97.21%
300万元-500万元	53	53	19,563.28	99.89%	91.01%

经销商规模	经销商数量	发函数量	经销商收入	经销商发函比例	经销商回函比例
100万元-300万元	207	205	35,802.36	98.49%	81.43%
100万元以下	1,373	922	32,460.73	83.07%	65.17%
合计	1,663	1,210	109,564.35	94.46%	81.45%
2017年					
500万以上	13	13	8,546.52	99.77%	96.44%
300万元-500万元	33	32	12,648.42	96.92%	95.93%
100万元-300万元	168	167	29,811.22	98.79%	78.21%
100万元以下	1,512	699	29,201.54	79.82%	61.12%
合计	1,726	911	80,207.71	91.69%	76.72%

（16） 经销商最终销售核查

对经销商销售、库存、渠道等方面进行了全面核查，以核实最终销售的真实性。具体核查方式包括：

①核查经销商销售环节

访谈经销商过程中，了解经销商向公司采购产品的频率、库存周转天数、当期实现最终销售的比例，分析经销商实现最终销售的合理性。对每个访谈经销商抽查其对外销售明细，了解经销商对外销售情况，核查对外销售情况与向公司采购的匹配性；抽查经销商对外销售出库单、发票等凭证，验证其对外销售明细账的真实性。

②实地走访经销商仓库

通过实地走访经销商仓库，了解经销商采购公司的商品是否存在大规模囤货的情形，是否存在滞销和库存保质期临期的情形；观察经销商仓储规模和仓储能力，分析是否与向公司的采购规模相匹配。

③实地走访经销商的下游客户

按每家实地走访经销商抽查 1-2 家下游客户的原则，通过抽查方式实地走访经销商的下游客户，包括烘焙店、饮品店等终端客户，观察其店面位置、大小和设施情况，了解其向上游的采购原因、频次、规模和品种以及销售情况，查看其门店中公司产品的库存情况，核查终端客户采购的合理性与真实性。

12、结合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》之“26. 首发企业收到的销售回款通常是来自签订经济合同的往来客户，实务中，公司可能存在部分销售回款由第三方代客户支付的情形，该情形是否影响销售确认的真实性，公司、保荐人及申报会计师需要重点关注哪些方面”，对公司第三方回款情况进行了详细核查，具体如下：

（1）抽查了客户的销售订单、销售合同以及第三方回款的银行流水、客户与回款方签

订的委托支付协议；

（2）统计了第三方回款的金额；

（3）核查了第三方回款涉及的客户，比对了其向公司采购的金额；

（4）对第三方回款检查工商资料，核实付款方与客户的关系；

（5）对公司关联方以及第三方回款人的名单进行了比对，对公司实际控制人、董监高或其他关联方进行了访谈，核查了上述人员的银行流水；

（6）核查了公司与客户签署的协议；

（7） 核查了公司的银行流水、合同、订单、送货单、签收单等。

13、针对直销客户，执行了以下核查程序：

（1）执行穿行测试及控制测试，以核查收入相关内控是否有效执行；

（2）执行截止性测试，以核实收入是否存在跨期；

（3）对主要直销客户进行了走访，走访的数量、金额及占比如下（以下走访数据包含保荐机构的走访情况）：

项目	2019年度	2018年度	2017年度
直销客户走访数量（家）	39	38	39
其中：实地走访（家）	36	37	39
视频走访（家）	3	1	
直销客户走访金额（万元）	15,602.96	14,880.23	11,371.87
其中：实地走访（万元）	14,455.94	14,860.17	11,371.87
视频走访（万元）	1,147.02	20.06	
走访金额占比	62.70%	69.94%	72.02%
其中：实地走访	58.09%	69.84%	72.02%
视频走访	4.61%	0.09%	

（4）对主要直销客户进行函证，并对主要商超进行核对商超系统里的收货记录及对账资料以核实收入的真实性及准确性。对于未回函的客户执行替代检查程序，检查订单、出库单、运输单、签收单或结算单、发票、银行回单等。报告期内函证及核对情况如下：

单位：家、万元

项目	2019年度	2018年度	2017年度
直销客户函证数量	326.00	254.00	165.00
直销收入①	24,886.01	21,276.79	15,664.88
直销客户发函金额②	23,335.87	20,134.03	14,668.38

项目	2019年度	2018年度	2017年度
直销客户发函比例②/①	93.77%	94.63%	93.64%
直销客户回函确认金额③	15,832.50	12,555.63	8,560.09
直销客户回函覆盖比例③/①	63.62%	59.01%	54.65%
商超客户核对商超供应商系统金额④	2,828.24	1,446.04	1,172.10
回函确认金额+核对商超供应商系统金额⑤=③+④	18,660.74	14,001.67	9,732.19
回函+核对商超供应商系统无误金额比例⑥=⑤/①	74.98%	65.81%	62.13%

③资金流水核查：独立获取公司报告期内各银行流水，检查银行流水发生额与公司记录是否一致，抽查比例达到 70%以上；对公司单笔超过 1 万元以上对个人的支出流水进行检查；对公司控股股东及其配偶，董监高、行政人事部经理、采购经理、公司及子公司的主要财务人员等单笔 3 万元以上的流水进行核查，并由公司及相关人员出具专项承诺函。

（8） 针对电商业务的特殊性，执行了以下专项核查程序：

①登陆电商销售平台官方网站，下载查阅公示的平台协议或平台政策；

②对公司电商部门相关负责人执行访谈程序，了解公司电商销售的基本业务流程，抽查电商平台的销售订单，对与销售订单有关、销售账务处理有关及收款有关的关键控制点流程进行控制测试；

③获取公司所有电商账号，利用公司电商账号和登录密码独立登陆电商平台《商家中心账单管理》并下载公司账户资金证明、月度收支明细表、月度汇总账单、月度货款对账单等表单；

④对下载的月度汇总账单、收支明细表收入金额与账面收入金额、收入明细、客户名称进行核对；月度汇总账单、收支明细表支出金额与账面费用、金额进行核对；账户资金证明余额与账面余额进行核对；保证金与受限制资产核对。

经核查，申报会计师认为：

1、 公司营业收入持续增长系公司产品销量、平均价格均有所增长所致，其中冷冻烘焙食品及含乳脂植脂奶油的增长系公司产品销量增长的主要驱动因素，而高单价产品的热销以及增值税率下调，系公司产品平均销售价格上涨的主要因素；

2、 报告期内，公司经销、直销模式收入占比整体变化不大；直销收入占比略有下降，主要是由于非商超类直销客户的收入占比下降导致，2019 年直销模式收入占比降幅增长，主要系非商超类直销客户幸福西饼对公司采购额下降所致，其变动情况合理；零售模式销售收入占比有所提高，但整体收入较小，对公司收入影响不大；

3、 报告期内，净利润增长幅度高于营业收入增长幅度，主要是因为公司毛利率逐年上

升，而期间费用率逐年下降，以及 2018 年计提股份支付费用所致，营业收入增长与同期净利润增长相匹配；2019 年净利润增长幅度大幅超过营业收入增长幅度合理；

4、 经销、直销、零售各类销售模式的定价方式、结算方式符合公司的经营特点以及行业惯例，公司收入确认的核算准确，公司收入与收款内控措施完善并得到执行；公司收入确认的方法和时点符合《企业会计准则》的相关规定；

5、 公司获取客户订单方式，与主要客户或平台的合作方式符合行业惯例；

6、 不同销售模式下公司相同产品的定价标准、售价有所差异，其因产品、渠道、客户类型、地域的不同造成，差异原因合理；

7、 报告期内，各类产品的销售收入、单价、成本、单位成本、毛利率，变化的原因合理；

8、 报告期内，公司按照权责发生制计提返利，返利金额的变动合理，公司返利的会计处理符合《企业会计准则》相关规定；

9、 公司在论述销售模式、现金收款以及季节性特征时，根据不同可比公司针对不同事项的信息披露情况，选取了不同的对比标的，选取的可比公司的标准合适；

10、 关于公司经销商模式的核查结论如下：

（1）公司采取经销模式为主的销售模式系公司行业特点所致，同行业可比公司销售模式中除元祖股份外都采用了经销模式，采取经销模式具有必要性和合理性。与同行业可比公司相比，公司经销销售比例和毛利合理，符合公司的产品特点及行业惯例；

（2）经销模式下的收入确认符合《企业会计准则》的规定；

（3）公司与经销商的选取标准、定价模式、费用承担、退换货等方面的内控制度健全并有效执行；

（4）公司未接入客户的存货管理系统；

（5）公司不存在直接发送货物至终端客户的情况；

（6）除甘肃永益商贸有限公司外，其他经销商与公司及董事、监事、高级管理人员、主要股东之间不存在关联关系；

（7）公司对经销商的信用政策合理，不存在对予经销商的信用政策显著宽松于其他销售方，对经销商的应收账款显著增大的情况；

（8）公司经销商为综合性的烘焙产品经销商，非专门销售公司的产品；

（9）报告期各期末，经销商库存金额占当其销售收入的比例较低，与其向公司的采购规模相匹配，不存在大规模囤货的情况；

（10）报告期内，公司经销商新增与退出数量较多，主要是公司不断开拓新渠道，且对

经销商持续进行优化，以及部分经销商变更与公司的合作主体所致，变动原因合理；

（11）公司与主要经销商合作稳定：①除 2017 年外，公司新增经销商对公司经营影响不大。2017 年，公司新增经销商对公司经营业绩的贡献较大，主要是公司当年渠道不断下沉，净新增经销商数量较多，同时，公司当年加强了对经销商的管理，提高经销商的规范性标准，部分经销商变更与公司的合作主体所致，其原因合理。②报告期内，公司退出经销商对公司经营影响不大；

（12）公司存在较多非法人实体经销商，主要为个体工商户，该类型客户可以进行工商登记和办理食品经营资质。存在非法人实体经销商是因为公司的行业及产品特点所致，存在较多非法人实体经销商具有合理性；

（13）报告期内，公司存在零星现金收款的情况，但规模较小，符合行业惯例，与同行业公司相比不存在显著差异；

（14）报告期内，公司不存在公司通过经销商模式实现的销售毛利率和其他销售模式实现的毛利率存在重大差异的情况，其存在的差异主要系其销售产品的结构差异所致；

（15）公司海外经销商为广东省商业贸易进出口有限公司，其毛利率低于其他经销商，主要原因是国外的渠道统一由此客户开拓，公司不产生此方面的销售费用，所以对该客户采取相应较低价格销售。因此，公司海外经销商毛利率低于国内经销商毛利率具有合理性；

（16）公司经销商具有与其采购规模相应的资信能力。

综上所述，公司经销收入真实。

11、 关于公司第三方回款的核查结论如下：

（1）公司第三方回款真实，不存在虚构交易或调节账龄的情形；

（2）公司第三方回款形成收入占营业收入的比例不高，2017 年第三方回款虽然较大，但涉及的收入真实；

（3）经过规范，2018 年、2019 年已明显降低，对收入的影响不大；

（4）第三方回款大多是因为公司客户的规模较小，独立性不强，为支付方便，以经营者、法人代表及其亲属等人代为支付造成的，具有合理性及必要性，符合公司所处行业的商业惯例；

（5）公司及实际控制人、董监高或其他关联方与上述第三方回款的支付方不存在关联关系或其他利益安排；

（6）公司不存在境外销售涉及境外第三方代付的情况；

（7）报告期内，不存在因第三方回款导致的货款归属纠纷；

（8）公司存在少量签订合同时即明确约定由其他第三方代购买方付款的情况，该安排

是因为客户由其母公司等关联方统一支付所致，该安排具有合理性；

（9）公司资金流、实物流与合同约定及商业实质一致。

12、 公司各类销售模式的内控制度健全，销售收入真实；凭证流、物流、信息流、资金流相匹配一致；不存在收入跨期的情况；未发现存在使用大量资金用于体外循环或委托第三方进行虚构交易等异常行为。

问题 9、报告期内，发行人的销售模式以经销为主、直销为辅。请发行人补充披露：（1）发行人与经销商具体合作模式，包括但不限于与经销商的销售协议条款、信用政策、结算及收款方式、运输费用承担方式、各经销商保证金的缴纳比例等；（2）报告期各期末经销商的库存金额以及占当期经销商向发行人采购的占比，发行人返利政策及各期给予经销商的返利金额，发行人给予经销商的信用政策与其他销售模式下信用政策的差异，经销商与发行人是否存在关联关系，经销商中法人单位和非法人单位的数量和收入金额及占比；（3）报告期各期经销商的数量、区域分布及增减变化情况和原因，根据销售金额披露经销商的分级情况、各级经销商的数量及占比和实现的收入金额及占比，报告期内平均每个经销商销售收入变动情况，经销商数量的增减变化对营业收入和利润的影响；（4）销售产品的退换货政策，报告期内经销、直销模式的退换货数量、金额及原因、退货率，经销商退出后库存商品处置情况及过期产品处置情况，相关会计处理是否符合企业会计准则规定；（5）近三年持续与发行人存在业务往来的经销商的名称、数量、各年收入、对应的收入、毛利率、期末应收账款金额；（6）公司离职、在职员工及亲属在经销商投资、任职情况，是否存在公司和经销商共同进行推广的情况，若存在，请补充披露相关费用的承担及会计处理情况。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、 发行人与经销商具体合作模式，包括但不限于与经销商的销售协议条款、信用政策、结算及收款方式、运输费用承担方式、各经销商保证金的缴纳比例等；

根据公司与经销商签订的协议，公司与经销商的具体合作模式如下：

（一）公司与客户之间的交易为买断式销售。一般情况下，公司与经销商客户每年签订框架协议，经销商按需求下达订单，公司在约定时间内向经销商发货。

（二）退换货情况：公司产品非质量问题不可退换货。公司与客户一般在协议中约定，客户应当面验收，若产品不合格可拒绝收货，收货后发现产品存在质量不合格，应在收到产品七天内提出退换货申请，未提出则视为所收产品全部合格。

（三）销售折让：一般情况下，公司与经销商之间的协议不会约定折扣，但会与经销商约定销售任务，并根据经销商当年实际完成情况，在下年以货折方式返利。此外，公司会不定期开展推广活动，可能会因此发生折扣销售的情况。

（四）信用政策：公司对经销商的信用政策一般为先货后款、先款后货两种。在先货后款的信用政策下，公司与客户约定一定的信用期限，客户在约定的信用期限内完成回款。

（五）结算及收款方式：公司与经销商约定以银行汇款方式回款，原则上不接受票据和现金等其他方式收款。

（六）运输方式及费用：公司一般与经销商约定，当经销商每单订货数量达标时，由公司将产品运送至双方共同指定的仓库内；当不达标时，则由公司运送至经销商所在城市公司指定的货运场或高速路出口，由经销商自行提货。公司运送货物所发生的运输费用由公司承担。

（七）排他性条款：公司未与经销商约定排他性条款，即公司不要求经销商仅销售公司的产品。

（八）经销商保证金：公司不要求经销商向公司缴纳保证金。

二、 报告期各期末经销商的库存金额以及占当期经销商向发行人采购的占比，发行人返利政策及各期给予经销商的返利金额，发行人给予经销商的信用政策与其他销售模式下信用政策的差异，经销商与发行人是否存在关联关系，经销商中法人单位和非法人单位的数量和收入金额及占比；

（一）报告期各期末经销商的库存金额以及占当期经销商向发行人采购的占比

一方面，公司的经销商并非排他性的经销商，通常还同时经营面粉、油脂等多种烘焙食品原料，且公司对经销商采取买断式经销的方式；另一方面，公司存在较多中小规模的经销商尚未建立相应的进销存系统，而对于较大的经销商，公司也未接入其进销存系统，因此，在日常经营过程中公司无法准确获取各经销商期末对公司产品的库存具体金额，但公司经销商不存在大规模囤货的情况，具体原因如下：

第一，公司产品为食品,一般保质期为 6 到 12 个月，行业对保质期监管严格，终端客户对产品的保质期具有较高要求，临期食品销售难度较大，会造成较大的存货损失风险。同时，公司的冷冻烘焙食品和奶油等主要产品均需要冷冻储存，仓储成本较高，经销商亦很难超过自身经营规模大规模囤货。此外，由于大多烘焙门店规模较小，其亦无力承接经销商的大规模囤货。

第二，根据部分经销商出具的其期末库存情况的说明，该部分经销商的库存具体情况如下：

单位：万元

项目	2019年/2019年12月31日	2018年/2018年12月31日	2017年/2017年12月31日
出具说明经销商的销售收入	110,431.17	86,961.98	58,500.17
出具说明经销商的销售收入占经销商收入比例	83.12%	78.91%	72.82%
出具说明经销商的期末库存金额	9,902.03	7,538.12	5,551.07
期末库存金额占其当期向公司采购比例	8.97%	8.67%	9.49%

报告期各期末，出具说明的经销商库存金额占当其销售收入的比例分别为 9.49%、8.67%、8.97%，占比较低，不存在大规模囤货的情况。

第三，公司经销商的采购频率较高，单次采购产品金额较小，说明其采购公司的产品周转速度较快，公司年销售规模 100 万以上的经销商采购次数及每次采购金额情况如下：

单位：万元

经销商规模	经销商家数	采购金额	年总采购次数	平均每次采购金额	平均年采购次数
2019年					
500万以上	33	25,304.69	4,305	5.88	130
300万元-500万元	78	30,084.62	5,969	5.04	77
100万元-300万元	256	43,157.20	12,177	3.54	48
2018年					
500万以上	30	21,737.97	3,761	5.78	125
300万元-500万元	53	19,563.28	4,198	4.66	79
100万元-300万元	207	35,802.36	10,207	3.51	49
2017年					
500万以上	13	8,633.76	1,650	5.23	127
300万元-500万元	33	12,648.42	2,812	4.50	85
100万元-300万元	168	29,811.22	8,853	3.37	53

由上表可见，报告期各类经销商的单次采购金额和年采购次数均保持稳定，且单次采购金额不大，采购频度较高，不存在经销商大规模囤货的情形。

第四，报告期内，公司经销商退换货金额较小，分别为 150.19 万元、328.81 万元和 258.05 万元，占营业收入比重分别为 0.16%、0.25%、0.16%，不存在向经销商大规模压货后退回的情形。

（二）发行人返利政策及各期给予经销商的返利金额

公司返利政策分为对经销商、非商超类直销客户的返利和对商超类直销客户的返利两

种，具体详见本问询回复 8 五相关内容。

报告期内，公司对经销商的返利金额分别为 1,267.05 万元、1,535.57 万元、1,312.75 万元。

（三）发行人给予经销商的信用政策与其他销售模式下信用政策的差异

经销模式下，公司在烘焙食品原料业务中，对信誉好、合作久、规模大的部分经销商和直销客户一般会采取先货后款政策，对其他部分经销商和直销客户则采取先款后货的形式。公司在冷冻烘焙食品业务中，较多采用先款后货政策，仅对较少数的大型经销商，采取先货后款政策。

在直销模式下，对于大型商超客户或连锁烘焙饼店的直销客户，公司一般采用先货后款政策；对于中小型直销客户的信用政策与经销商一致。

对零售模式，公司未设置信用政策。

（四）经销商与发行人是否存在关联关系

经销商中，甘肃永益商贸有限公司是公司股东张新光近亲属对外投资的企业。公司与甘肃永益商贸有限公司存在小规模交易，报告期内，公司向该公司销售的收入分别为 30.39 万元、54.06 万元和 11.39 万元，占公司销售收入比重为 0.03%、0.04%和 0.01%。为规范关联交易，公司与该公司已于 2019 年 5 月起终止交易。公司与关联方之间发生的关联销售按市场价格定价，交易价格公允。

除甘肃永益商贸有限公司外，公司其他经销商与公司不存在关联关系。

（五）经销商中法人单位和非法人单位的数量和收入金额及占比

报告期内，经销商中法人单位、非法人单位的数量和收入金额及占比如下：

单位：家，万元

属性	2019 年			2018 年			2017 年		
	数量	金额	占比（%）	数量	金额	占比（%）	数量	金额	占比（%）
非法人单位	840	51,612.08	38.85	852	43,774.75	39.95	978	30,261.02	37.73
法人单位	867	81,227.59	61.15	811	65,789.60	60.05	748	49,946.69	62.27
合计	1,707	132,839.67	100.00	1,663	109,564.35	100.00	1,726	80,207.71	100.00

注：2017 年，公司甜甜圈生产线试生产阶段产生了少量销售收入，该部分收入冲减在

建工程，未计入主营业务收入中，故 2017 年经销商收入之和大于经销模式的主营业务收入，下同。

三、 报告期各期经销商的数量、区域分布及增减变化情况和原因，根据销售金额披露经销商的分级情况、各级经销商的数量及占比和实现的收入金额及占比，报告期内平均每个经销商销售收入变动情况，经销商数量的增减变化对营业收入和利润的影响；

（一）报告期各期经销商的数量、区域分布及增减变化情况和原因

1、经销商的数量及增减变化情况

报告期各期，公司经销商的数量及增减变化情况如下：

单位：家

项目	2019年	2018年	2017年
期初家数	1,663	1,726	1,453
增加家数	421	466	875
减少家数	377	529	602
期末家数	1,707	1,663	1,726

注：本期期初家数指上期与公司发生交易的经销商数量，期末家数指本期与公司发生交易的经销商数量

2017 年，公司新增经销商数量较多，一方面，公司加大营销网络体系的全国布局，不断进行渠道下沉，尤其是华南以外的地区，将一个经销商覆盖多个城市调整为一个经销商负责一个城市，同时在全国各地大规模启用第三方外仓，建设冷冻烘焙食品的冷链物流车队，可以在原无法配送到的区域新增部分经销商，故 2017 年新增经销商较多；另一方面，公司 2017 年加强了对经销商的管理，对经销商进行规范，2016 年存在部分经销商以个人名义与公司进行合作，该部分经销商 2017 年变更为以个体工商户或公司形式进行合作，共 207 家经销商变更与公司的合作主体，因此 2017 年新增和减少经销商家数均较多。

2018 年，公司经销商数量由 2017 年的 1,726 家减少至 1,663 家，主要原因是公司实施了较大规模的经销商优化措施，主动停止与部分规模较小的经销商的合作，尤其是华南和华中等较为成熟的区域，使公司当年减少经销商 529 家，其中超过 300 家经销商年销售金额不到 20 万元。同时，公司持续进行市场开发，当年新增开发经销商 466 家。

2019 年，公司在大力开拓市场的同时继续对经销商进行逐渐优化，当年新增合作经销商 421 家，减少合作经销商 377 家，经销商数量较上年有所增长。

2、经销商的区域分布情况

报告期各期，公司经销商数量、区域分布及增减情况如下：

单位：家

区域	2019年		2018年		2017年
	数量	较上年变化	数量	较上年变化	数量
华东区	533	4.10%	512	0.00%	512
华南区	288	-0.69%	290	-15.70%	344
华中区	261	1.16%	258	-7.86%	280
西南区	204	10.27%	185	-2.12%	189
华北区	174	2.35%	170	4.29%	163
东北区	138	3.76%	133	9.92%	121
西北区	109	-5.22%	115	-1.71%	117
合计	1,707	2.65%	1,663	-3.65%	1,726

报告期内，公司已建立了覆盖全国的经销网络，各大区域经销商数量均超过 100 家。

2018 年，华南地区和华中地区经销商数量有所减少，主要是公司当年实施了较大规模的经销商优化措施，该地区公司已深耕多年，经销商分布较为密集，规模较小的经销商数量较多，公司主动停止与部分规模较小的经销商的合作。

报告期内，西北地区经销商数量略有下降，主要是新疆等西北地区面积辽阔，人口密度相对较低，公司经销商已覆盖主要城市，部分小规模经销商发生合并或停止合作。

此外，公司各年度还会根据实际情况针对不同地区推出经销商开拓计划，故 2018 年东北地区、2019 年西南地区经销商数量增长较多。

（二）根据销售金额披露经销商的分级情况、各级经销商的数量及占比和实现的收入金额及占比

公司对经销商实行扁平化管理，经销商之间互相没有分层及从属关系。

按照销售规模分级，报告期内，各级经销商数量、金额及占比具体如下：

单位：家、万元

经销商规模	数量	数量占比	金额	金额占比
2019年				
500万以上	33	1.93%	25,304.69	19.05%
300万元-500万元	78	4.57%	30,084.62	22.65%
100万元-300万元	256	15.00%	43,157.20	32.49%
100万元以下	1,340	78.50%	34,293.16	25.82%
合计	1,707	100.00%	132,839.67	100.00%

经销商规模	数量	数量占比	金额	金额占比
2018年				
500万以上	30	1.80%	21,737.97	19.84%
300万元-500万元	53	3.19%	19,563.28	17.86%
100万元-300万元	207	12.45%	35,802.36	32.68%
100万元以下	1,373	82.56%	32,460.73	29.63%
合计	1,663	100.00%	109,564.35	100.00%
2017年				
500万以上	13	0.75%	8,633.76	10.76%
300万元-500万元	33	1.91%	12,648.42	15.77%
100万元-300万元	168	9.73%	29,811.22	37.17%
100万元以下	1,512	87.60%	29,114.30	36.30%
合计	1,726	100.00%	80,207.71	100.00%

公司根据不同产品、不同渠道在全国各地设置经销商，公司一般以城市为单位设置经销商，也会结合各地区烘焙市场特点、经销商竞争格局等因素，根据实际经营需要进行变化，在市场集中度较高、经销商对终端覆盖能力强的地区，经销商数量一般较少，在部分发达城市则存在多个经销商。由于冷冻烘焙食品对配送条件的要求更高，经销商分布一般更为密集。此外，由于烘焙、饮品、商超、餐饮等不同细分终端客户的需求和特性存在差异，公司还会按照烘焙、饮品、商超、餐饮不同渠道设置不同的经销商。部分经销商实力较强，有能力经营多个品类，甚至多个渠道，公司与其合作更为广泛。公司上述经销商管理政策以及所在行业特点，使公司经销商的规模分级情况呈现以下特征：

第一，采购金额在 100 万元以下的小规模经销商数量众多。公司终端客户以烘焙行业广泛存在的烘焙门店为主，该类终端客户的单店规模较小且分布较散，根据美团点评统计，2019 年全国烘焙门店数量已接近 50 万家，数量众多且分布广泛的终端客户使行业普遍存在大量规模较小的经销商。同时，公司已经建立了遍布我国除港澳台外全部省、直辖市、自治区的营销网络，三线及以下城市的经销商数量 2019 年底超过 900 家，该部分地区市场成熟程度相对较低，消费者对烘焙食品的消费习惯还在逐步养成，当地烘焙门店和对应经销商的采购规模也相对较小。

第二，采购金额在 100 万元以上的中大型经销商是公司经销收入的主要来源。一方面，我国各地区经济发展存在差异，各一线及省会城市等发达地区消费者已养成了烘焙食品的消费习惯，且一般消费均价较高，公司在该部分地区也已经深耕多年，具备良好的市场基础和稳定的服务能力，该部分地区成为公司收入重要的来源。另一方面，部分地区例如华北、粤

东，当地市场集中度较高，形成了少数颇具实力及规模的经销商，覆盖的终端门店数量众多，该部分经销商采购金额较大。此外，虽然 100 万元以下的经销商收入占比较低，随着消费者对烘焙食品接受度的不断提升，基层的烘焙店由一二线城市快速向三四线城市乃至乡镇快速扩展，公司大量三线及以下城市的经销商也是公司营销网络的重要组成部分，是公司竞争优势的体现和未来业绩增长的重要来源。

第三，报告期内，采购金额 100 万元以上的经销商数量及收入占比逐年上升，而 100 万元以下的经销商数量及收入占比逐年下降。一方面，公司近年来不断优化经销商结构，主动停止与部分规模较小的经销商合作，开拓更具实力的经销商，取得了良好效果。另一方面，公司持续对终端客户进行深度服务，发挥自身产品的竞争优势和服务优势，也使得各经销商的销售规模持续上升，公司与经销商形成了共同发展的良好关系。

（三）报告期内平均每个经销商销售收入变动情况，经销商数量的增减变化对营业收入和利润的影响

报告期内，公司经销商平均收入变动情况，经销商数量增减变化对营业收入和利润的影响如下：

项目		2019年	2018年	2017年
经销商整体情况	经销商数量（家）	1,707	1,663	1,726
	经销商平均收入（万元/家）	77.82	65.88	46.47
	经销商净变动数量（家）	44	-63	273
新增经销商情况	当年新增经销商数量（家）	421	466	875
	当年新增经销商本年销售收入（万元）	12,424.90	10,312.43	26,194.78
	当年新增经销商本年销售收入比例	7.85%	7.86%	27.45%
	当年新增经销商本年平均销售收入（万元/家）	29.51	22.13	29.94
	当年新增经销商本年毛利（万元）	5,081.32	3,818.27	8,853.79
	当年新增经销商本年毛利占比	7.78%	7.74%	26.38%
减少经销商情况	当年停止合作经销商数量（家）	377	529	602
	当年停止合作经销商上期销售收入（万元）	4,418.52	4,615.16	8,349.92
	当年停止合作经销商上期销售收入比例	3.37%	4.84%	14.66%
	当年停止合作经销商上期平均销售收入（万元/家）	11.72	8.72	13.87
	当年停止合作经销商上期毛利（万元）	1,710.68	1,598.82	2,989.15
	当年停止合作经销商上期毛利占比	3.47%	4.76%	14.66%

注：2016 年数据未经审计

报告期内，公司对单家经销商的平均销售收入分别为 46.47 万元、65.88 万元、77.82 万元，逐年提升，一方面，公司不断推出新产品，产品竞争力持续上升，对终端客户进行深度服务，使公司规模不断扩大，提高了单个经销商的平均收入，另一方面，公司持续优化经销商体系，新增经销商平均销售金额略大于停止合作经销商的平均销售金额，经销商自身的市场开拓能力也有所上升。

报告期内，公司新增经销商实现的收入占公司当年主营业务收入的比例分别为 27.45%、7.86%、7.85%，实现的毛利占公司毛利的比例分别为 26.38%、7.74%、7.78%。2017 年，公司新增经销商对公司经营业绩的贡献较大，主要是公司当年渠道不断下沉，净新增经销商数量较多，达到 273 家，新增经销商贡献了部分收入，同时，公司当年加强了对经销商的管理，提高经销商的规范性标准，部分经销商将以个人名义与公司进行合作变更为个体工商户或公司，当年变更的经营实体实现的收入占比达到 11.09%。2018 年、2019 年，与主要经销商合作趋于稳定，新增经销商对公司业绩影响不大。

报告期内，公司停止合作经销商销售收入对应上期主营业务收入比例分别为 14.66%、4.84%、3.37%，除 2017 年部分经销商变更与公司的合作主体使当年停止合作的经销商销售收入占比较大外，其余年份停止合作经销商销售收入及毛利率占比均较低，对公司经营影响不大。

四、 销售产品的退换货政策，报告期内经销、直销模式的退换货数量、金额及原因、退货率，经销商退出后库存商品处置情况及过期产品处置情况，相关会计处理是否符合企业会计准则规定；

（一）销售产品的退换货政策，报告期内经销、直销模式的退换货数量及原因、退货率

对于经销商、直销模式下的非商超类直销客户，公司一般与客户约定，客户应现场验收产品，若发现产品存在缺失、破损、污染、变质等的情况可拒绝收货，收货后发现产品存在质量不合格，应在收到产品七天内提出退换货申请，未提出则视为所收产品全部合格。

对于部分直销模式下的商超客户，若公司产品出现滞销、过季、变质、包装不良或损坏等情形，客户有权进行退换货。虽然该部分客户有权对滞销产品进行退换货，但由于公司产品为快速消费品，客户一般每周均进行采购且单次采购金额较小，同时，商超客户采购公司产品后需要进行再加工，并非直接对外销售，因此商超客户较短时间内会将公司产品使用完毕，一般不存在滞销的情形。报告期内，该部分客户的退换货金额分别为 3.60 万元、60.31 万元、1.61 万元，占商超客户销售收入的比例为 0.04%、0.49%、0.01%，2018 年退换货金额略大，主要是公司当年商超客户收入增幅达到 52.79%，公司新增部分商超客户，部分原有商超客户也新增门店向公司采购，该部分新客户及新门店存在下错单或发错货的情形，

2019 年，公司加强了与商超客户的沟通，减少了相关情形。因此，报告期内有权对滞销产品进行退换货客户的退换货比例较低，且均非滞销导致的退换货。

报告期内，公司退换货金额分别为 186.14 万元、432.09 万元、299.30 万元，占营业收入比重分别为 0.19%、0.33%、0.19%，总体比例不高。报告期内经销、直销模式的退换货数量及退货率如下：

单位：万元

销售模式	2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	退换率	金额	退换率	金额	退换率
经销	258.05	0.19%	328.81	0.30%	150.19	0.19%
直销	40.41	0.16%	102.58	0.48%	35.28	0.23%
零售	0.84	0.16%	0.70	0.20%	0.67	0.34%
总计	299.30	0.19%	432.09	0.33%	186.14	0.19%

报告期内，公司退换货的主要原因及其金额具体如下：

单位：万元

退换货原因	2019年度	2018年度	2017年度
品规调整	242.48	273.71	139.52
外观问题	56.82	56.93	46.62
主动召回		101.45	
总计	299.30	432.09	186.14

报告期内，公司退换货主要的原因为品规调整和外观破损；其中品规调整一般是客户因使用不当，如奶油打发不当，或产品存储、烘烤方式不当等原因，认为公司产品不符合其要求，或部分客户收货后发现下单错误，出于维护客户关系的考虑，经客户申请，公司为其更换为其他品规的产品。

2018 年，公司退货金额较上年增加较多，主要原因是受产线调整残留物的影响，部分酱料的粘稠度较低，公司主动对已发出的该产品进行召回，合计金额 101.45 万元。

2019 年，公司重视对外观破损的管理，减少了下单错误发生的概率，退换货金额由 432.09 万元下降至 299.30 万元，占收入比例也由 0.33%下降至 0.19%。

（二）经销商退出后库存商品处置情况及过期产品处置情况，相关会计处理是否符合企业会计准则规定

公司与经销商的合作模式为买断式经销，经销商退出后其库存商品均自行处置，不存在因为经销商退出而接受其退货的情况，公司无需进行会计处理。

报告期内，公司不存在过期产品处置的情形，无需进行会计处理。

五、 近三年持续与发行人存在业务往来的经销商的名称、数量、各年收入、对应的收入、毛利率、期末应收账款金额；

报告期内，与公司存在持续合作的经销商共 949 家，对应经销商按规模分级统计的数量、营业收入、毛利率、期末应收账款金额如下：

单位：家、万元

经销商规模	数量	销售收入	毛利率	期末应收账款金额
2019年				
500万以上	29	22,589.47	40.54%	1,168.75
300万元-500万元	62	24,247.32	41.84%	1,224.23
100万元-300万元	199	33,873.97	42.94%	1,614.34
100万元以下	659	20,070.74	40.31%	239.91
合计	949	100,781.49	41.61%	4,247.23
2018年				
500万以上	29	21,108.40	36.38%	998.20
300万元-500万元	51	18,783.74	38.34%	924.97
100万元-300万元	187	32,580.98	38.46%	1,318.07
100万元以下	682	23,292.67	37.07%	317.15
合计	949	95,765.78	37.64%	3,558.40
2017年				
500万以上	12	8,063.31	38.37%	746.52
300万元-500万元	31	11,835.01	34.35%	608.22
100万元-300万元	152	27,217.39	35.87%	1,458.67
100万元以下	754	21,645.11	34.95%	620.17
合计	949	68,760.81	35.61%	3,433.58

报告期内，与公司存在持续合作的主要经销商营业收入、期末应收账款金额如下：

单位：万元

序号	经销商名称	2019 年		2018 年		2017 年	
		营业收入	应收账款余额	营业收入	应收账款余额	营业收入	应收账款余额
1	广东嘉怡食品有限公司	2,049.69		1,874.74		861.21	
2	广东省商业贸易进出口	1,143.81	139.37	727.60	27.71	405.25	

	有限公司						
3	再博（上海）实业有限公司	1,108.41	22.79	1,136.93	91.62	424.82	58.56
4	石家庄市宏威食品添加剂有限公司	1,101.36	12.28	667.25		880.95	59.58
5	保定市海策商贸有限公司	1,047.57	78.03	924.02	17.64	674.24	47.28
6	东莞市常平良心烘焙原料商行	939.87	55.83	790.91	55.93	419.23	62.11
7	广州市白云区太和何杰生综合店	928.82	60.25	1,162.42	97.43	463.05	24.36
8	沈阳市和平区天富源烘焙器具商店	869.56		773.77		497.33	70.97
9	济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司	836.69	99.11	796.52	78.45	625.20	59.17
10	深圳市龙岗区平泰烘焙餐料行	816.70		632.77		466.52	
11	金阳光（福建）商贸有限公司	758.87		582.32		388.87	
12	南京友邦食品有限公司	751.15	17.31	808.75		433.43	
13	深圳市鸿兴业食品有限公司	727.26	37.10	736.96	57.62	612.41	67.99
14	上海浦琪贸易有限公司	696.71		574.46		394.77	
15	广州市花都区新华金月副食店	671.79	36.02	502.53	65.26	291.00	30.38
16	广州麦稻丰贸易有限公司	659.62	96.79	531.37	70.57	316.81	40.99
17	苏州闽龙商	652.55	48.10	562.75		410.63	0.00

	贸有限公司						
18	济南艺新康利来食品有限公司	634.90	52.76	583.38	35.08	395.82	11.71
19	上海炫化贸易有限公司	613.62		447.58		331.86	
20	郫都区锦粹冷冻食品经营部	611.19		317.68	-	153.31	

六、

公司离职、在职员工及亲属在经销商投资、任职情况，是否存在公司和经销商共同进行推广的情况，若存在，请补充披露相关费用的承担及会计处理情况。

（一）公司离职、在职员工及亲属在经销商投资、任职情况

截止本问询意见回复出具日，公司不存在在职员工及亲属在经销商投资、任职的情形。

截至 2019 年年末，公司员工人数共 2,269 人，报告期内，公司离职人员较多，公司无法掌握其离职后及其亲属的任职和投资情况。截至 2019 年年末，与公司合作的经销商共 1,707 家，其中共 1,296 家就公司离职员工任职及出资情况出具了说明，出具说明的经销商占公司经销商收入的比重分别为 72.87%、78.91%、83.12%。

根据上述说明，截止本问询意见回复出具日，不存在公司离职人员及其亲属在公司主要经销商任职或投资的情形；其次，在个别中小经销商中存在公司离职员工任职的情形，具体情况如下：

序号	经销商名称	成立时间	离职员工在经销商投资、任职情况	销售收入（万元）		
				2019 年度	2018 年度	2017 年度
1	茂名市茂南园丰粮油经营部	2011 年	公司前员工钟国波 2019 年 2 月离职，后加入该经销商任销售人员，未持有股份	158.05	135.35	72.30
2	阳江市江城区恒立信贸易商行	2015 年	公司前员工冯可达 2019 年 12 月离职，后加入该经销商任销售人员，未持有股份	183.88	252.93	21.55
	阳江市江城区原麦贸易有限公司	2017 年		50.41		
3	天津市津南区嘉玺水产品批发经营部	2019 年	公司前员工范勇超 2020 年 5 月离职，后加入该经销商任销售人员，未持有股份	121.81		
	合计			514.15	388.27	93.85

注：阳江市江城区原麦贸易有限公司和阳江市江城区恒立信贸易商行为同一实际控制人

控制的公司

报告期内，上述经销商销售收入合计 93.85 万元、388.27 万元和 514.15 万元，占公司经销商收入的比例为 0.12%、0.35%和 0.39%，占比较低，且相关交易基于各方真实的业务需求，不存在其他利益安排。

（二）是否存在公司和经销商共同进行推广的情况，若存在，请补充披露相关费用的承担及会计处理情况。

报告期，公司与经销商各自独立进行市场推广。公司的市场推广包括：派驻销售人员进行区域化服务，自主或应经销商需要深入终端客户进行服务，或在当地召开烘焙培训、新品推介等活动。经销商方面，出于拓展业务的需要，亦会主动对其客户进行推广或服务。但公司与经销商的推广活动均自主安排，相关费用也均为自行承担，不存在与经销商进行共同推广，从而要求经销商垫付或承担部分费用等情况，无需进行会计处理。

申报会计师执行的核查程序及核查意见

针对上述问题，申报会计师执行的主要核查程序如下：

1、对公司管理层及销售人员访谈，了解公司与经销商具体的合作模式；获取公司与主要经销商签订的销售合同，获取相关订单、出库单、发票、对账单、银行回单等内容，核查公司与主要经销商签订的协议条款，具体合作方式；

2、获取经销商出具的关于其期末库存情况的说明，核查经销商期末库存情况；

3、获取了公司对主要经销商的合同，核查其返利政策，判断其返利的会计处理是否符合《企业会计准则》的规定；检查前五十大客户合同中与返利相关的条款；收集公司返利计提表、客户结算单，结合返利合同、全年发货情况，复核返利计提数据的准确性；将当年返利计提金额与次年实返金额核对，核实是否存在重大异常；

4、对公司销售相关人员进行访谈，了解了公司返利政策的执行情况，并核查了公司的返利台账，结合公司各客户的年度任务完成情况，对经销商的返利金额变动情况进行了核查；

5、获取了公司的经销商管理相关制度，对比了公司对经销商及其他模式下客户的信用政策；

6、通过全国企业信用信息公示系统查询公司主要经销商的相关信息，核查其主要人员是否与公司的股东、董监高及其关系密切的家庭成员存在关联关系，获取访谈经销商出具的无关联关系声明函；

7、核查了公司的销售收入明细表，对客户是否属于法人、非法人进行了统计，并对公司相关人员进行了访谈，了解公司存在较多非法人主体经销商的原因；

8、获取了公司全部经销商名单，并访谈公司相关人员，了解公司报告期内经销商新增、

退出的原因；对不同区域的经销商数量、金额进行了统计，并了解了其变动的原因；对不同规模经销商的变动情况以及对公司营业收入、利润的影响进行了统计及分析；获取公司的销售出库单列表、销售明细账，核查经销商采购次数及单次采购金额，分析其采购频率及产品周转速度，核查经销商变动情况及变动经销商对公司业绩的影响。

9、了解公司的退换货政策，获取退换货明细表，了解客户的退换货原因，抽查公司对退换货的会计处理凭证；获取商超客户的合同，核查相关退换货条款，与退换货明细账进行比对，核查是否存在滞销后退回的情形；

10、获取公司的退换货明细账，核查是否存在经销商退出后库存商品退回的情形；获取公司的报废明细帐，核查是否存在过期产品处置的情形；

11、获取公司报告期内的销售明细账，统计了报告期内持续与公司存在业务往来的经销商名称、销售金额、期末应收账款及销售毛利等情况；

12、获取公司在职员工出具的声明，获取经销商出具的说明，核查是否存在公司离职、在职员工及亲属在经销商投资、任职情况，是否存在公司和经销商共同进行推广的情况；

13、对经销商的其他核查过程详见本问询回复问题 8 八相关内容。

经核查，申报会计师认为：

1、公司与经销商合作模式为买断式经销，其销售协议条款、信用政策、结算及收款方式符合公司的经营特点和行业惯例，公司承担运输费用，各经销商无需缴纳保证金；

2、报告期各期末，经销商库存金额占当其销售收入的比例较低，各类经销商的单次采购金额和年采购次数均保持稳定，且单次采购金额不大，采购频度较高，不存在大规模囤货的情况，且退换货比例较低，亦不存在大规模向经销商销售后退回的情形；

3、公司对经销商采取返利措施符合行业特点，公司对经销商的返利金额的变动合理，返利的会计处理符合《企业会计准则》相关规定；

4、公司对经销商的信用政策与其他模式的差异具有合理性，不存在经销商信用政策较其他客户明显宽松的情况；

5、除甘肃永益商贸有限公司外，其他经销商与公司及董事、监事、高级管理人员、主要股东之间不存在关联关系；

6、公司存在较多非法人实体经销商，主要为个体工商户，该类型客户可以进行工商登记和办理食品经营资质。存在非法人实体经销商因为公司的行业及产品特点所致，存在较多非法人实体经销商具有合理性；

7、报告期各期，公司经销商新增与退出数量较多，主要是公司不断开拓新渠道，且对经销商持续进行优化，以及部分经销商变更与公司的合作主体所致，公司报告期各期经销商

的数量、区域分布及增减变化的原因合理；

8、公司与主要经销商合作稳定：①除 2017 年外，公司新增经销商对公司经营影响不大。2017 年，公司新增经销商对公司经营业绩的贡献较大，主要是公司当年渠道不断下沉，净新增经销商数量较多，同时，公司当年加强了对经销商的管理，提高经销商的规范性标准，部分经销商变更与公司的合作主体所致，其原因合理。②报告期内，公司退出经销商对公司经营影响不大；

9、公司退换货比例分别为 0.19%、0.33%、0.19%，占比较低；退换货原因主要为品规调整、外观问题和主动召回，退换货原因真实、合理；公司部分商超客户有权对滞销产品进行退换货，但该部分客户的退换货比例较低，且均非滞销导致的退换货；

10、公司不存在经销商退出后库存商品处置情况及过期产品处置情况，无需进行会计处理；

11、公司与主要经销商合作稳定，大部分较大规模经销商与公司在报告期内均有合作；

12、公司不存在在职员工及亲属在经销商投资、任职的情况，不存在公司离职人员及其亲属在公司主要经销商任职或投资的情形，存在个别离职员工在中小经销商中任职的情形，其收入占公司报告期内经销商收入比重分别为 0.12%、0.35%和 0.39%，占比较低；公司不存在和经销商共同进行推广的情况；

13、对经销商的其他核查结论详见本问询回复问题 8 八相关内容。

问题 10、招股说明书披露，截至 2019 年末，与发行人合作的经销商超过 1,700 家，直销客户超过 400 家。请发行人补充披露：（1）按照冷冻烘培食品、奶油、水果制品、酱料等，分别列表披露经销、直销前五大客户名称、销售金额及占比、数量、产品种类、毛利率、信用期限、期末欠款金额、期后还款金额等；（2）列表披露经销模式、直销模式对应前十大客户的基本情况，包括名称、成立时间、股权结构、与发行人的合作时间、获取订单的方式、最终销售去向等，发行人与该等客户交易实现的收入、成本、毛利、毛利率、应收款项及款项结算情况；（3）前十大客户变化及其销售占比变化的原因，同一产品不同客户之间毛利率存在差异的原因，分析同一客户不同年度内收入、毛利率变动的原因；（4）结合报告期各期订单情况，分别披露经销、直销模式下前十大客户向发行人的采购占其采购总额的比例，与发行人是否存在关联关系或其他利益安排、交易价格是否公允；（5）Le Bourne Sdn Bhd 的基本情况，以及发行人与其合作情况、合作的必要性。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、 按照冷冻烘培食品、奶油、水果制品、酱料等，分别列表披露经销、直销前五大客户名称、销售金额及占比、数量、产品种类、毛利率、信用期限、期末欠款金额、期后还款金额等；

公司产品品类众多，同一大类产品中，存在较多细分产品，且各细分产品中的品规亦有所差别，而各家客户采购的产品存在差异，因此，即便采购同一大类产品，客户之间的毛利率也存在差异。

报告期内，各大类产品经销、直销模式前五大客户情况如下：

（一）冷冻烘焙食品

报告期，公司冷冻烘焙食品经销及直销模式的前五大客户情况如下：

单位：万元、吨

2019 年

序号	经销	产品种类	销售金额	占比	重量	信用期限	期末欠款金额	期后还款金额
1	广东嘉怡食品有限公司	饼类、丹麦系列、起酥类、挞皮类、甜甜圈系列	1,463.15	1.95%	734.61	款到发货		
2	广东省商业贸易进出口有限公司	饼类、丹麦系列、起酥类、挞皮类、甜甜圈系列	1,143.81	1.53%	808.15	60 天以内	139.37	139.37
3	石家庄市宏威食品添加剂有限公司	饼类、丹麦系列、蛋糕系列、起酥类、挞皮类、甜甜圈系列	934.57	1.25%	452.54	60 天以内	325.96	325.96
4	苏州闽龙商贸有限公司	饼类、丹麦系列、蛋糕系列、起酥类、挞皮类、甜甜圈系列	841.32	1.12%	380.16	款到发货	78.73	78.73
5	济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司	饼类、丹麦系列、蛋糕系列、起酥类、挞皮类、甜甜圈系列	786.48	1.05%	326.82	60 天以内	194.79	194.79
合计			5,169.33	6.90%	2,702.28		738.85	738.85
序号	直销	产品种类	销售金额	占比	重量	信用期限	期末欠款金额	期后还款金额
1	沃尔玛（中国）投资有限公司	饼类、丹麦系列、蛋糕系列、冷面团-其他类、起酥类、挞皮类、甜甜圈系列	8,273.99	11.04%	3,233.51	大于 60 天	1,478.60	1,478.60
2	华润万家有限公司	饼类、丹麦系列、蛋糕系列、起酥类、挞皮类、甜甜圈系列	1,176.38	1.57%	412.58	60 天以内	307.02	307.02
3	中山市采蝶轩食品有限公司	起酥类、挞皮类、甜甜圈系列	955.74	1.28%	343.27	大于 60 天	154.69	154.69
4	上海联家超市有限公司	饼类、丹麦系列、蛋糕系列、起酥类、挞皮类、甜甜圈系列	613.80	0.82%	308.46	60 天以内	84.64	84.64

5	中山市港隆食品有限公司	饼类、起酥类、挞皮类	392.80	0.52%	233.29	60 天以内	26.94	26.94
合计			11,412.70	15.23%	4,531.11		2,051.89	2,051.89

2018 年

序号	经销	产品种类	销售金额	占比	重量	信用期限	期末欠款金额	期后还款金额
1	广东嘉怡食品有限公司	饼类、丹麦系列、起酥类、挞皮类、甜甜圈系列	1,260.88	2.26%	665.14	款到发货		
2	苏州闽龙商贸有限公司	饼类、丹麦系列、蛋糕类、起酥类、挞皮类、甜甜圈系列	888.41	1.59%	426.60	款到发货		
3	广州市白云区太和何杰生综合店	饼类、丹麦系列、起酥类、挞皮类、甜甜圈系列	861.87	1.54%	500.08	60 天以内	97.43	97.43
4	石家庄市宏威食品添加剂有限公司	饼类、丹麦系列、蛋糕类、起酥类、挞皮类、甜甜圈系列	828.97	1.49%	421.51	60 天以内	135.37	135.37
5	广东省商业贸易进出口有限公司	饼类、丹麦系列、蛋糕类、起酥类、挞皮类、甜甜圈系列	727.60	1.30%	474.02	60 天以内	27.71	27.71
合计			4,567.74	8.19%	2,487.35		260.51	260.51

序号	直销	产品种类	销售金额	占比	重量	信用期限	期末欠款金额	期后还款金额
1	沃尔玛（中国）投资有限公司	饼类、丹麦系列、蛋糕系列、起酥类、挞皮类、甜甜圈系列	6,716.18	12.04%	2,782.70	大于 60 天	907.04	907.04
2	华润万家有限公司	饼类、丹麦系列、蛋糕系列、起酥类、挞皮类、甜甜圈系列	1,246.74	2.23%	462.57	60 天以内	270.58	270.58
3	上海联家超市有限公司	饼类、丹麦系列、蛋糕系列、起酥类、挞皮类、甜甜圈系列	556.18	1.00%	261.74	60 天以内	57.04	57.04

4	中山市采蝶轩食品有限公司	丹麦系列、起酥类、挞皮类、甜甜圈系列	547.05	0.98%	226.57	大于 60 天	133.36	133.36
5	浙江一鸣食品股份有限公司	起酥类、挞皮类	330.23	0.59%	184.14	大于 60 天	75.08	75.08
合计			9,396.39	16.84%	3,917.73		1,443.10	1,443.10

2017 年

序号	经销	产品种类	销售金额	占比	重量	信用期限	期末欠款金额	期后还款金额
1	广东嘉怡食品有限公司	饼类、丹麦系列、蛋糕系列、起酥类、挞皮类、甜甜圈系列	900.93	2.41%	510.57	款到发货		
2	苏州闽龙商贸有限公司	饼类、丹麦系列、蛋糕系列、起酥类、挞皮类、甜甜圈系列	565.87	1.51%	289.62	款到发货		
3	石家庄市宏威食品添加剂有限公司	饼类、丹麦系列、起酥类、挞皮类、甜甜圈系列	448.16	1.20%	239.09	60 天以内	210.96	210.96
4	广州市白云区松洲乐丰食品经营部	饼类、丹麦系列、起酥类、挞皮类、甜甜圈系列	446.74	1.19%	275.32	60 天以内	121.80	121.80
5	深圳市龙岗区平泰烘焙餐料行	饼类、丹麦系列、起酥类、挞皮类、甜甜圈系列	419.24	1.12%	262.34	款到发货		
合计			2,780.94	7.43%	1,576.94		332.76	332.76
序号	直销	产品种类	销售金额	占比	重量	信用期限	期末欠款金额	期后还款金额
1	沃尔玛（中国）投资有限公司	饼类、丹麦系列、蛋糕系列、起酥类、挞皮类、甜甜圈系列	4,501.54	12.02%	1,977.98	大于 60 天	780.55	780.55

2	华润万家有限公司	饼类、丹麦系列、蛋糕系列、起酥类、挞皮类、甜甜圈系列	918.43	2.45%	361.67	60 天以内	119.01	119.01
3	浙江一鸣食品股份有限公司	起酥类、挞皮类、甜甜圈系列	334.26	0.89%	184.59	大于 60 天	78.01	78.01
4	安徽永辉超市有限公司	饼类、丹麦系列、蛋糕系列、起酥类、挞皮类、甜甜圈系列	306.06	0.82%	178.17	60 天以内	35.23	35.23
5	中山市港隆食品有限公司	饼类、蛋糕系列、起酥类、挞皮类	301.27	0.80%	186.69	60 天以内	17.04	17.04
合计			6,361.56	16.99%	2,889.09		1,029.84	1,029.84

注：因客户返利未明确至产品种类，因此在分产品大类的客户收入统计中，上述客户收入未剔除返利，下同。

（二）奶油类产品

报告期，公司奶油类产品经销及直销模式的前五大客户情况如下：

单位：万元、吨

2019 年

序号	经销	产品种类	销售金额	占比	重量	信用期限	期末欠款金额	期后还款金额
1	石家庄市宏威食品添加剂有限公司	乳脂、稀奶油、植脂	1,727.23	4.55%	1,354.07	60 天以内	325.96	325.96
2	济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司	乳脂、稀奶油、植脂	921.75	2.43%	769.55	60 天以内	194.79	194.79
3	再博（上海）实业有限公司	乳脂、稀奶油、植脂	506.57	1.34%	289.60	60 天以内	22.79	22.79
4	深圳市佳兆好贸易有限公司	乳脂、稀奶油、植脂	421.30	1.11%	377.70	60 天以内	53.92	53.92
5	淮阴区协旺食品销售中心	乳脂、稀奶油、植脂	363.28	0.96%	255.58	60 天以内	79.80	79.80

合计			3,940.13	10.39%	3,046.49		677.26	677.26
序号	直销	产品种类	销售金额	占比	重量	信用期限	期末欠款金额	期后还款金额
1	北京味多美食品有限责任公司	稀奶油	676.73	1.78%	298.02	大于 60 天	188.55	188.55
2	深圳市幸福西饼食品有限公司	乳脂、稀奶油	281.05	0.74%	116.38	大于 60 天	215.83	215.83
3	山西金午食品有限公司	乳脂、植脂	253.93	0.67%	211.92	款到发货		
4	沃尔玛（中国）投资有限公司	乳脂	146.64	0.39%	77.70	大于 60 天	1,478.60	1,478.60
5	青岛丹香投资管理有限公司	乳脂、植脂	132.04	0.35%	103.64	60 天以内+信用额 45 万	102.42	102.42
合计			1,490.40	3.93%	807.66		1,985.40	1,985.40

2018 年

序号	经销	产品种类	销售金额	占比	重量	信用期限	期末欠款金额	期后还款金额
1	石家庄市宏威食品添加剂有限公司	乳脂、稀奶油、植脂	1,433.77	4.15%	1,184.00	60 天以内	135.37	135.37
2	济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司	乳脂、稀奶油、植脂	733.43	2.12%	685.48	60 天以内	106.04	106.04
3	深圳市佳兆好贸易有限公司	乳脂、稀奶油、植脂	534.00	1.55%	495.08	60 天以内	61.88	61.88
4	上海雄昌食品销售有限公司	乳脂、稀奶油、植脂	481.81	1.40%	387.94	60 天以内	88.81	88.81
5	东莞市向阳食品有限公司	乳脂、稀奶油、植脂	449.62	1.30%	367.92	60 天以内	19.82	19.82
合计			3,632.63	10.52%	3,120.41		411.92	411.92
序号	直销	产品种类	销售金额	占比	重量	信用期限	期末欠款金额	期后还款金额

1	深圳市幸福西饼食品有限公司	稀奶油	727.35	2.11%	306.76	大于 60 天	503.91	503.91
2	山西太原瑞司特食品有限公司	乳脂、植脂	282.38	0.82%	260.58	60 天以内	72.85	72.85
3	上海鑫国食品有限公司	稀奶油	224.86	0.65%	87.60	60 天以内	22.08	22.08
4	福州新华丰贺氏食品有限公司	乳脂、植脂	211.39	0.61%	200.74	款到发货		
5	山西金午食品有限公司	乳脂、植脂	203.23	0.59%	178.10	款到发货		
合计			1,649.22	4.78%	1,033.78		598.84	598.84

2017 年

序号	经销	产品种类	销售金额	占比	重量	信用期限	期末欠款金额	期后还款金额
1	石家庄市宏威食品添加剂有限公司	乳脂、稀奶油、植脂	1,119.72	4.12%	946.61	60 天以内	210.96	210.96
2	天山区新华南路百克日食品添加剂商行	植脂	664.91	2.45%	772.27	款到发货	106.20	106.20
3	深圳市佳兆好贸易有限公司	乳脂、植脂	548.48	2.02%	544.12	60 天以内	90.58	90.58
4	厦门麦威工贸有限公司	乳脂、植脂	501.14	1.84%	476.95	60 天以内	128.67	128.67
5	上海雄昌食品销售有限公司	乳脂、稀奶油、植脂	433.14	1.59%	383.24	60 天以内	54.67	54.67
合计			3,267.39	12.02%	3,123.18		591.08	591.08
序号	直销	产品种类	销售金额	占比	重量	信用期限	期末欠款金额	期后还款金额
1	深圳市幸福西饼食品有限公司	稀奶油	678.01	2.49%	298.80	大于 60 天	674.81	674.81
2	青岛丹香投资管理有限公司	乳脂、稀奶油、植脂	351.38	1.29%	284.39	60 天以内+信用额 45 万	138.21	138.21

3	福州新华丰贺氏食品有限公司	乳脂、植脂	214.36	0.79%	180.07	款到发货		
4	哈尔滨市欧柏林食品有限公司	乳脂、植脂	140.49	0.52%	129.91	款到发货		
5	西安馋猫食品有限公司	乳脂、植脂	126.24	0.46%	111.77	款到发货		
合计			1,510.48	5.56%	1,004.95		813.02	813.02

（三）水果制品

报告期，公司水果制品经销及直销模式的前五大客户情况如下：

单位：万元、吨

2019 年

序号	经销	产品种类	销售金额	占比	重量	信用期限	期末欠款金额	期后还款金额
1	石家庄市宏威食品添加剂有限公司	果溶、果泥、果馅、其他	524.97	2.74%	328.29	60 天以内	325.96	325.96
2	广州市金穗食品有限公司	果溶、果馅、其他	486.86	2.54%	360.50	60 天以内	30.38	30.38
3	上海昊越实业有限公司	果溶、其他	472.37	2.47%	346.44	款到发货		
4	昆明市西山区云盛咖啡原料经营部	果溶、其他	429.51	2.24%	311.28	款到发货		
5	四川家宏其利电子商务有限公司	果溶、其他	288.86	1.51%	203.24	款到发货	0.16	0.16
合计			2,202.57	11.51%	1,549.76		356.50	356.50

序号	直销	产品种类	销售金额	占比	重量	信用期限	期末欠款金额	期后还款金额
1	深圳市幸福西饼食品有限公司	果溶、果溶	716.20	3.74%	199.23	大于 60 天	215.83	215.83
2	青岛丹香投资管理有限公司	果溶、果泥、果馅	322.78	1.69%	207.05	60 天以内+信用额 45 万	102.42	102.42
3	沃尔玛（中国）投资有限公司	果馅	137.91	0.72%	32.81	大于 60 天	1,478.60	1,478.60
4	山西金午食品有限公司	果馅	136.95	0.72%	104.14	款到发货		
5	长沙市开福区马里奥饼店	果溶、果馅	83.46	0.44%	66.12	60 天以内	18.02	18.02
合计			1,397.30	7.30%	609.35		1,814.87	1,814.87

2018 年

序号	经销	产品种类	销售金额	占比	重量	信用期限	期末欠款金额	期后还款金额
1	淮安苏晨电子商务有限公司	果溶、饮料浓浆	701.54	4.01%	506.19	款到发货		
2	广州市金穗食品有限公司	果溶、果馅、其他	528.78	3.03%	392.79	60 天以内	59.13	59.13
3	石家庄市宏威食品添加剂有限公司	果溶、果泥、果馅、其他	450.91	2.58%	274.43	60 天以内	135.37	135.37
4	再博（上海）实业有限公司	果溶、果馅、其他	315.11	1.80%	152.64	60 天以内	91.62	91.62
5	四川家宏其利电子商务有限公司	果溶、其他	198.48	1.14%	144.09	款到发货		
合计			2,194.82	12.56%	1,470.14		286.12	286.12

序号	直销	产品种类	销售金额	占比	重量	信用期限	期末欠款金额	期后还款金额
1	深圳市幸福西饼食品有限公司	果溶、其他	1,372.69	7.86%	360.55	大于 60 天	503.91	503.91
2	青岛丹香投资管理有限公司	果溶、果泥、果馅、其他	274.05	1.57%	177.60	60 天以内+信用额 45 万	49.01	49.01
3	广州市小帅果食品有限公司	其他	216.03	1.24%	209.87	60 天以内		
4	山西金午食品有限公司	果溶、果馅	113.35	0.65%	76.52	款到发货		
5	长沙市开福区马里奥饼店	果溶、果馅	112.17	0.64%	95.86	60 天以内	14.68	14.68
合计			2,088.29	11.95%	920.40		567.60	567.60

2017 年

序号	经销	产品种类	销售金额	占比	重量	信用期限	期末欠款金额	期后还款金额
1	淮安苏晨电子商务有限公司	果溶、其他	445.71	2.76%	343.16	款到发货		
2	石家庄市宏威食品添加剂有限公司	果溶、果泥、果馅、其他	401.50	2.49%	232.85	60 天以内	210.96	210.96
3	广州市金穗食品有限公司	果溶、果泥、果馅、其他	332.28	2.06%	268.68	60 天以内	41.43	41.43
4	北京酷迪亚商贸有限公司	果溶、其他	250.63	1.55%	196.87	60 天以内	8.69	8.69
5	广州嘉家食品有限公司	果溶、果馅、其他	230.42	1.43%	182.84	款到发货		
合计			1,660.54	10.30%	1,224.39		261.08	261.08

序号	直销	产品种类	销售金额	占比	重量	信用期限	期末欠款金额	期后还款金额
1	深圳市幸福西饼食品有限公司	果溶	1,007.47	6.25%	244.79	大于 60 天	674.81	674.81
2	青岛丹香投资管理有限公司	果溶、果泥、果馅	337.54	2.09%	212.74	60 天以内+信用额 45 万	138.21	138.21
3	广州市小帅果食品有限公司	其他	239.68	1.49%	225.14	60 天以内	6.78	6.78
4	长沙市开福区马里奥饼店	果溶、果馅	127.28	0.79%	104.70	60 天以内	18.00	18.00
5	山西金午食品有限公司	果溶、果馅	78.32	0.49%	48.40	款到发货		
合计			1,790.30	11.10%	835.78		837.80	837.80

（四）酱料类产品

报告期，公司酱料类产品经销及直销模式的前五大客户情况如下：

单位：万元、吨

2019 年

序号	经销	产品种类	销售金额	占比	重量	信用期限	期末欠款金额	期后还款金额
1	深圳市卡卡食品贸易有限公司	可丝达、沙拉酱类	490.56	4.57%	521.52	款到发货		
2	广东嘉怡食品有限公司	可丝达、沙拉酱类	464.54	4.33%	414.43	款到发货		
3	漳州市向日葵食品有限公司	沙拉酱类	395.86	3.69%	478.48	大于 60 天	39.84	39.84
4	漳州市芗城区摩卡粮油商行	可丝达、沙拉酱类	319.56	2.98%	364.07	大于 60 天	37.56	37.56

5	广州市白云区松洲新世界食品经营部	可丝达、沙拉酱类	281.03	2.62%	252.35	60 天以内	53.06	53.06
合计			1,951.54	18.17%	2,030.85		130.46	130.46
序号	直销	产品种类	销售金额	占比	重量	信用期限	期末欠款金额	期后还款金额
1	北京物洪商贸有限公司	沙拉酱类	166.22	1.55%	127.67	60 天以内	36.76	36.76
2	乌鲁木齐百富德宝商贸有限公司	沙拉酱类	80.79	0.75%	59.41	款到发货		
3	永辉彩食鲜发展有限公司	沙拉酱类	53.10	0.49%	62.45	款到发货		
4	佛山市珍味创优餐饮管理有限公司	沙拉酱类	49.07	0.46%	23.34	款到发货		
5	中山市东凤镇丹麦轩西饼面包店	沙拉酱类	42.30	0.39%	43.96	款到发货		
合计			391.48	3.65%	316.82		36.76	36.76

2018 年

序号	经销	产品种类	销售金额	占比	数量	信用期限	期末欠款金额	期后还款金额
1	漳州市向日葵食品有限公司	可丝达、沙拉酱类	1,282.11	13.15%	1,296.42	大于 60 天	88.88	88.88
2	广东嘉怡食品有限公司	可丝达、沙拉酱类	494.20	5.07%	419.43	款到发货		
3	深圳市卡卡食品贸易有限公司	可丝达、沙拉酱类	217.05	2.23%	227.84	款到发货		
4	苏州闽龙商贸有限公司	可丝达、沙拉酱类	170.32	1.75%	138.00	款到发货		
5	广州市白云区松洲乐丰食品经营部	可丝达、沙拉酱类	167.61	1.72%	143.53	款到发货		
合计			2,331.29	23.91%	2,225.22		88.88	88.88

序号	直销	产品种类	销售金额	占比	重量	信用期限	期末欠款金额	期后还款金额
1	北京物洪商贸有限公司	沙拉酱类	157.12	1.61%	126.29	60 天以内	9.99	9.99
2	乌鲁木齐百富德宝商贸有限公司	沙拉酱类	81.03	0.83%	60.93	款到发货		
3	佛山市珍味创优餐饮管理有限公司	沙拉酱类	49.01	0.50%	23.77	款到发货		
4	福建省卡尔顿食品有限公司	沙拉酱类	43.93	0.45%	42.47	款到发货		
5	宁夏麦尔乐食品股份有限公司	沙拉酱类	38.12	0.39%	27.07	款到发货		
合计			369.20	3.79%	280.53		9.99	9.99

2017 年

序号	经销	产品种类	销售金额	占比	重量	信用期限	期末欠款金额	期后还款金额
1	广东嘉怡食品有限公司	沙拉酱类	256.25	4.75%	241.21	款到发货		
2	广州市白云区松洲乐丰食品经营部	沙拉酱类	168.10	3.12%	154.78	60 天以内	121.80	121.80
3	河南云柘实业有限公司	沙拉酱类	152.99	2.84%	157.26	款到发货		
4	漳州市向日葵食品有限公司	沙拉酱类	149.76	2.78%	146.39	款到发货		
5	上海麦青国际贸易有限公司	沙拉酱类	137.15	2.54%	121.24	款到发货		
合计			864.25	16.02%	820.88		121.80	121.80
序号	直销	产品种类	销售金额	占比	重量	信用期限	期末欠款金额	期后还款金额
1	北京物洪商贸有限公司	沙拉酱类	170.62	3.16%	136.80	60 天以内	35.88	35.88

2	乌鲁木齐百富德宝商贸有限公司	沙拉酱类	62.20	1.15%	47.02	款到发货		
3	汕头市华荣食品有限公司	沙拉酱类	59.12	1.10%	73.94	款到发货		
4	广州市皇冠玛莉奥食品有限公司	沙拉酱类	32.85	0.61%	32.80	60 天以内	4.08	4.08
5	蚌埠市蚌山区老约翰蛋糕连锁专卖店	沙拉酱类	25.74	0.48%	21.93	60 天以内	2.64	2.64
合计			350.52	6.50%	312.49		42.60	42.60

二、 列表披露经销模式、直销模式对应前十大客户的基本情况，包括名称、成立时间、股权结构、与发行人的合作时间、获取订单的方式、最终销售去向等，发行人与该等客户交易实现的收入、成本、毛利、毛利率、应收款项及款项结算情况；

（一）各销售模式下前十大客户基本情况

报告期内，公司各销售模式下前十大客户基本情况如下：

销售模式	序号	客户名称	成立时间	股权结构	开始合作时间	获取订单方式	最终销售去向
经销	1	石家庄市宏威食品添加剂有限公司	1999/5/6	薛宝琦 72.90%、赵汝飞 11.10%、白兰平 6.10%、薛维 5.00%、王巧书 4.90%	2017 年以前	展销会、业务洽谈会	烘焙门店等终端客户
	2	济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司	2005/11/28	张有娥 90.20%、张存钢 9.80%	2017 年以前	展销会、业务洽谈会	烘焙门店等终端客户
	3	广东嘉怡食品有限公司	2007/07/12	孙振雄 75.41%、汕头市嘉怡达股权投资合伙企业（有限合伙）18.46%、林春萍 6.13%	2017 年以前	业务员上门	烘焙门店等终端客户

销售模式	序号	客户名称	成立时间	股权结构	开始合作时间	获取订单方式	最终销售去向
	4	苏州闽龙商贸有限公司	2005/4/22	郑建钦 55.00%、龚继鑫 45.00%	2017 年以前	业务员上门	烘焙门店等终端客户
	5	广州市白云区太和何杰生综合店	2012/04/11	何杰生 100.00%	2017 年以前	业务员上门	烘焙门店等终端客户
	6	广东省商业贸易进出口有限公司	1988/6/1	广东省商业集团有限公司 60.00%、广东万丰房地产开发有限公司 31.50%、黄建钢 4.00%、董筱玲 1.00%、黄良展 1.00%、温浩伟 1.00%、黄炜生 0.45%、林庆伟 0.15%、卢国强 0.15%、林国强 0.15%、翟国兴 0.15%、蔡楚元 0.15%、牟鸿瑜 0.15%、苏健莳 0.15%	2017 年以前	商业伙伴介绍	海外客户
	7	再博（上海）实业有限公司	2015/03/23	李楚芬 100.00%	2017 年	商业伙伴介绍	烘焙门店等终端客户
	8	广州市白云区松洲新世界食品经营部	2017/12/25	苏永杰 100.00%	2018 年	展销会、业务洽谈会	烘焙门店等终端客户
	9	淮阴区协旺食品销售中心	2016/08/23	张协旺 100.00%	2017 年	展销会、业务洽谈会	烘焙门店等终端客户
	10	东莞市常平良心烘焙原料商行	2016/10/12	陈金云 100.00%	2017 年	业务员上门	烘焙门店等终端客户
	11	漳州市向日葵食品有限公司	2013/6/21	洪智伟 90.00%、许艳燕 10.00%	2018 年	展销会、业务洽谈会	食品制造厂等客户

销售模式	序号	客户名称	成立时间	股权结构	开始合作时间	获取订单方式	最终销售去向
	12	南京友邦食品有限公司	2009/12/10	于帮生 60.00%、吴秀萍 40.00%	2017 年以前	业务员上门	烘焙门店等终端客户
	13	广州市白云区松洲乐丰食品经营部	2010/08/20	杨锦健 100.00%	2017 年以前	业务员上门	烘焙门店等终端客户
	14	深圳市佳兆好贸易有限公司	2012/10/25	邓耀勤 100.00%	2017 年以前	业务员上门	烘焙门店等终端客户
	15	天山区新华南路百克日食品添加剂商行	2013/7/3	百克日·买买提 100.00%	2017 年	展销会、业务洽谈会	烘焙门店等终端客户
	16	大连海升粮油经销有限公司	2006/03/16	郑欢厚 71.00%、吴兴旺 29.00%	2017 年以前	展销会、业务洽谈会	烘焙门店等终端客户
	17	上海雄昌食品销售有限公司	2008/02/28	沈熊 90.00%、王建中 10.00%	2017 年以前	业务员上门	烘焙门店等终端客户
	18	深圳市鸿兴业食品有限公司	2010/08/26	倪耀青 60.00%、倪瑞英 40.00%	2017 年以前	业务员上门	烘焙门店等终端客户
直销	1	沃尔玛（中国）投资有限公司	2003/4/18	沃尔玛中国有限公司 100.00%	2017 年以前	业务员上门	-
	2	华润万家有限公司	1991/6/18	华润万家（香港）有限公司 65.00%、致力投资有限公司 35.00%	2017 年	业务员上门	-

销售模式	序号	客户名称	成立时间	股权结构	开始合作时间	获取订单方式	最终销售去向
	3	深圳市幸福西饼食品有限公司	2010/04/19	深圳市幸福商城科技股份有限公司 100.00%	2017 年以前	业务员上门	-
	4	中山市采蝶轩食品有限公司	2002/08/07	卢宜坚 50.00%、梁或 50.00%	2017 年以前	业务员上门	-
	5	青岛丹香投资管理有限公司	2012/08/30	潍坊慧谷投资管理中心（有限合伙）80.00%、王树斋 10.00%、潍坊德硕创业服务中心（有限合伙）10.00%	2017 年以前	商业伙伴介绍	-
	6	北京味多美食品有限责任公司	1996/05/20	黄利 51.00%、陈如美 33.58%、黄广 10.00%、黄东 5.42%	2017 年	展销会、业务洽谈会	-
	7	上海联家超市有限公司	1995/2/8	荷兰家乐福（中国）控股有限公司 55.00%、联华超市股份有限公司 45.00%	2018 年	业务员上门	-
	8	山西金午食品有限公司	2002/12/27	山西金度生活便利股份有限公司 100.00%	2017 年以前	业务员上门	-
	9	浙江一鸣食品股份有限公司	2005/09/13	浙江明春投资有限公司 47.62%、李美香 22.41%、朱立群 9.34%、朱立科 9.34%、平阳心悦投资管理合伙企业（有限合伙）4.92%、李红艳 4.67%、平阳鸣牛投资管理合伙企业（有限合伙）1.10%、平阳诚悦投资管理合伙企业（有限合伙）0.60%	2017 年以前	业务员拜访	-
	10	中山市港隆食品有限公司	2002/7/19	高桂祥 87.50%、李林仲 6.25%、马丽慈 6.25%	2017 年以前	业务员上门	-
	11	山西太原瑞司特食品有限公	1998/05/21	邢伟平 80.00%、马淑当 20.00%	2017 年以	商业伙伴介	-

销售模式	序号	客户名称	成立时间	股权结构	开始合作时间	获取订单方式	最终销售去向
		司			前	绍	
	12	福州新华丰贺氏食品有限公司	2010/08/23	邱明 50.00%、贺文华 50.00%	2017 年以前	展销会、业务洽谈会	-
	13	安徽永辉超市有限公司	2009/10/28	永辉超市股份有限公司 100.00%	2017 年以前	展销会、业务洽谈会	
	14	广州市小帅果食品有限公司	2015/07/24	张文招 100.00%	2017 年	业务员拜访	
	15	哈尔滨市欧柏林食品有限公司	2002/04/25	韩伟 80.00%、林国丽 20.00%	2017 年以前	展销会、业务洽谈会	

（二）经销、直销模式下前十大客户基本情况

公司与经销、直销模式下前十大客户实现的收入、应收款项及款项结算情况如下：

单位：万元

年度	销售模式	序号	客户名称	营业收入	应收款余额	期后回款
2019 年	经销	1	石家庄市宏威食品添加剂有限公司	3,731.48	325.96	325.96
		2	济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司	2,218.41	194.79	194.79
		3	广东嘉怡食品有限公司	2,049.69		

年度	销售模式	序号	客户名称	营业收入	应收款余额	期后回款
		4	苏州闽龙商贸有限公司	1,302.43	78.73	78.73
		5	广州市白云区太和何杰生综合店	1,144.36	115.35	115.35
		6	广东省商业贸易进出口有限公司	1,143.81	139.37	139.37
		7	再博（上海）实业有限公司	1,108.41	22.79	22.79
		8	广州市白云区松洲新世界食品经营部	1,091.26	53.06	53.06
		9	淮阴区协旺食品销售中心	974.76	79.80	79.80
		10	东莞市常平良心烘焙原料商行	947.36	55.83	55.83
	直销	1	沃尔玛（中国）投资有限公司	7,478.21	1,478.60	1,478.60
		2	华润万家有限公司	1,345.38	307.02	307.02
		3	深圳市幸福西饼食品有限公司	1,301.82	215.83	215.83
		4	中山市采蝶轩食品有限公司	955.74	154.69	154.69
		5	青岛丹香投资管理有限公司	759.31	102.42	102.42
		6	北京味多美食品有限责任公司	732.40	188.55	188.55
		7	上海联家超市有限公司	631.52	84.64	84.64
		8	山西金午食品有限公司	433.70		
		9	浙江一鸣食品股份有限公司	394.50	44.33	44.33

年度	销售模式	序号	客户名称	营业收入	应收款余额	期后回款
		10	中山市港隆食品有限公司	392.80	26.94	26.94
2018 年	经销	1	石家庄市宏威食品添加剂有限公司	3,136.41	135.37	135.37
		2	广东嘉怡食品有限公司	1,874.74		
		3	济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司	1,649.80	106.04	106.04
		4	苏州闽龙商贸有限公司	1,227.39		
		5	漳州市向日葵食品有限公司	1,206.93	88.88	88.88
		6	广州市白云区太和何杰生综合店	1,162.42	97.43	97.43
		7	再博（上海）实业有限公司	1,136.93	91.62	91.62
		8	南京友邦食品有限公司	930.48		
		9	淮阴区协旺食品销售中心	880.83	77.45	77.45
		10	东莞市常平良心烘焙原料商行	795.10	55.93	55.93
	直销	1	沃尔玛（中国）投资有限公司	6,124.39	907.04	907.04
		2	深圳市幸福西饼食品有限公司	2,402.21	503.91	503.91
		3	华润万家有限公司	1,403.07	270.58	270.58
		4	青岛丹香投资管理有限公司	727.85	49.01	49.01
		5	上海联家超市有限公司	579.91	57.04	57.04

年度	销售模式	序号	客户名称	营业收入	应收款余额	期后回款
		6	中山市采蝶轩食品有限公司	547.19	133.36	133.36
		7	山西太原瑞司特食品有限公司	456.84	72.85	72.85
		8	山西金午食品有限公司	389.91		
		9	浙江一鸣食品股份有限公司	363.06	75.08	75.08
		10	福州新华丰贺氏食品有限公司	316.33		
2017 年	经销	1	石家庄市宏威食品添加剂有限公司	2,246.23	210.96	210.96
		2	广东嘉怡食品有限公司	1,291.49		
		3	济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司	993.25	94.17	94.17
		4	苏州闽龙商贸有限公司	781.78		
		5	广州市白云区松洲乐丰食品经营部	763.98	121.80	121.80
		6	深圳市佳兆好贸易有限公司	729.81	90.58	90.58
		7	天山区新华南路百克日食品添加剂商行	665.62	106.20	106.20
		8	大连海升粮油经销有限公司	657.29	63.59	63.59
		9	上海雄昌食品销售有限公司	613.81	54.67	54.67
		10	深圳市鸿兴业食品有限公司	612.41	67.99	67.99
	直销	1	沃尔玛（中国）投资有限公司	4,023.19	780.55	780.55

年度	销售模式	序号	客户名称	营业收入	应收款余额	期后回款
		2	深圳市幸福西饼食品有限公司	1,743.59	674.81	674.81
		3	华润万家有限公司	989.39	119.01	119.01
		4	青岛丹香投资管理有限公司	966.40	138.21	138.21
		5	浙江一鸣食品股份有限公司	365.63	78.01	78.01
		6	安徽永辉超市有限公司	358.95	35.23	35.23
		7	福州新华丰贺氏食品有限公司	304.87		
		8	中山市港隆食品有限公司	301.27	17.04	17.04
		9	广州市小帅果食品有限公司	239.68	6.78	6.78
		10	哈尔滨市欧柏林食品有限公司	230.30		

三、 前十大客户变化及其销售占比变化的原因，同一产品不同客户之间毛利率存在差异的原因，分析同一客户不同年度内收入、毛利率变动的原因；

（一）前十大客户变化及其销售占比变化的原因

报告期内，公司前十大客户销售金额及占比情况如下：

单位：万元

客户名称	销售金额	销售占比
2019 年		
沃尔玛（中国）投资有限公司	7,478.21	4.73%
石家庄市宏威食品添加剂有限公司	3,731.48	2.36%
济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司	2,218.41	1.40%
广东嘉怡食品有限公司	2,049.69	1.30%
华润万家有限公司	1,345.38	0.85%
苏州闽龙商贸有限公司	1,302.43	0.82%
深圳市幸福西饼食品有限公司	1,301.82	0.82%
广州市白云区太和何杰生综合店	1,144.36	0.72%
广东省商业贸易进出口有限公司	1,143.81	0.72%
再博（上海）实业有限公司	1,108.41	0.70%
合计	22,824.00	14.42%
2018 年		
沃尔玛（中国）投资有限公司	6,124.39	4.67%
石家庄市宏威食品添加剂有限公司	3,136.41	2.39%
深圳市幸福西饼食品有限公司	2,402.21	1.83%
广东嘉怡食品有限公司	1,874.74	1.43%
济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司	1,649.80	1.26%
华润万家有限公司	1,403.07	1.07%
苏州闽龙商贸有限公司	1,227.39	0.94%
漳州市向日葵食品有限公司	1,206.93	0.92%
广州市白云区太和何杰生综合店	1,162.42	0.89%
再博（上海）实业有限公司	1,136.93	0.87%
合计	21,324.31	16.25%
2017 年		
沃尔玛（中国）投资有限公司	4,023.19	4.22%
石家庄市宏威食品添加剂有限公司	2,246.23	2.35%
深圳市幸福西饼食品有限公司	1,743.59	1.83%

客户名称	销售金额	销售占比
广东嘉怡食品有限公司	1,291.49	1.35%
济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司	993.25	1.04%
华润万家有限公司	989.39	1.04%
青岛丹香投资管理有限公司	966.40	1.01%
苏州闽龙商贸有限公司	781.78	0.82%
广州市白云区松洲乐丰食品经营部	763.98	0.80%
深圳市佳兆好贸易有限公司	729.81	0.76%
合计	14,529.11	15.22%

报告期内，公司前十大客户较为稳定。2018 年，新增前十大客户漳州市向日葵食品有限公司、广州市白云区太和何杰生综合店、再博（上海）实业有限公司；2019 年新增前十大客户仅有广东省商业贸易进出口有限公司一家。

报告期内，公司前十大客户变化及其销售占比变化的原因如下：

1、沃尔玛（中国）投资有限公司

报告期内，公司与沃尔玛不断加深合作，沃尔玛始终为公司的第一大客户，且销售占比逐年上升。

2、石家庄市宏威食品添加剂有限公司

作为公司在河北省的重要经销商，报告期内均为公司第二大客户，公司与石家庄市宏威食品添加剂有限公司合作稳定，报告期内销售占比保持稳定。

3、济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司

济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司作为公司在山东省的重要经销商，报告期内均为公司前十大客户。报告期内，随着华东市场的销量逐步提升，且公司产品品类逐步齐全，公司对其销售占比逐年上升。

4、广东嘉怡食品有限公司

作为公司在广东潮汕地区的重要经销商，报告期内均为公司前十大客户。报告期内，公司对广东嘉怡食品有限公司的销售占比保持稳定。

5、华润万家有限公司

报告期内，华润万家有限公司均为公司前十大客户。2017 年、2018 年，销售占比保持稳定；2019 年，因华润万家部分门店经营情况变化，公司对华润万家销售额较上年略有降低，其占比较上年有所下降。

6、苏州闽龙商贸有限公司

报告期内，苏州闽龙商贸有限公司均为公司前十大客户。报告期内，公司对苏州闽龙商

贸有限公司的销售额逐年增长，销售占比较为稳定。

7、深圳市幸福西饼食品有限公司

报告期内，深圳市幸福西饼食品有限公司均为公司前十大客户，但 2019 年销售额及销售占比较前两年有所下降，主要原因是：2019 年，深圳市幸福西饼食品有限公司加大了对其他供应商的采购，对公司的稀奶油、果溶等产品的采购量降低较多，公司对其销售额降低了 1,100.39 万元，致使对其销售占比下降较快。

8、广州市白云区太和何杰生综合店

广州市白云区太和何杰生综合店是公司在广州市的重要经销商，报告期内与公司均有合作。2017 年，公司对广州市白云区太和何杰生综合店的销售金额为 471.13 万元，未进入当年公司前十大客户。2018 年，广州市白云区松洲乐丰食品经营部经公司同意，将其在该区域的业务逐步转移至广州市白云区太和何杰生综合店，广州市白云区太和何杰生综合店销售额增加，开始进入公司前十大客户。2019 年，公司对广州市白云区太和何杰生综合店销售金额稳定，但因公司整体销售收入上升，销售占比有所下降。

9、广东省商业贸易进出口有限公司

广东省商业贸易进出口有限公司是公司对东南亚等海外地区销售的经销商，独立负责海外客户的开拓与销售。随着海外客户对公司产品的需求越来越大，广东省商业贸易进出口有限公司在 2019 年进入公司前十大客户之列。报告期内公司对其销售金额分别为 405.25 万元、727.60 万元、1,143.81 万元，呈快速上升趋势，销售占比亦逐年上升。

10、再博（上海）实业有限公司

再博（上海）实业有限公司为公司在上海的重要经销商，报告期内公司对其销售金额分别为 424.82 万元、1,136.93 万元、1,108.41 万元。2017 年下半年，上海昇博实业有限公司将其业务全部转移至再博（上海）实业有限公司，2017 年，公司对上海昇博实业有限公司的销售金额为 570.45 万元，与再博（上海）实业有限公司合计销售金额为 995.27 万元。因此，2018 年，再博（上海）实业有限公司进入当年公司前十大客户之列。2019 年，公司对再博（上海）实业有限公司销售额稳定，其仍然为公司前十大客户，但因公司整体销售收入上升，销售占比有所下降。

11、漳州市向日葵食品有限公司

漳州市向日葵食品有限公司是公司在 2018 年的前十大客户。报告期内，公司对漳州市向日葵食品有限公司的销售额分别为 150.10 万元、1,206.93 万元、471.21 万元。漳州市向日葵食品有限公司向公司主要采购酱料类产品。2018 年，市场出现热销产品夹心面包，对沙拉酱需求增加，因此漳州市向日葵食品有限公司加大了对公司的采购，进入公司当年前十大

客户。2019 年，公司对其销售金额降低至 471.21 万元，未进入公司前十大客户。

12、青岛丹香投资管理有限公司

青岛丹香投资管理有限公司是青岛当地规模较大的连锁烘焙企业，报告期内公司与其合作稳定，销售金额分别为 966.40 万元、727.85 万元、759.31 万元。2018 年，因青岛丹香投资管理有限公司增加了其他供应商，公司对其销售额有所下降，其不再进入公司前十大客户之列。

13、广州市白云区松洲乐丰食品经营部

广州市白云区松洲乐丰食品经营部在 2017 年为公司前十大客户。2018 年，2018 年，广州市白云区松洲乐丰食品经营部经公司同意，将其在该区域的业务逐步转移至广州市白云区太和何杰生综合店，因此广州市白云区松洲乐丰食品经营部不再成为公司前十大客户。报告期内，公司对其销售额分别为 763.98 万元、373.29 万元、0 万元，呈逐年下降趋势。

14、深圳市佳兆好贸易有限公司

深圳市佳兆好贸易有限公司在 2017 年为公司前十大客户。2018 年起，深圳市佳兆好贸易有限公司增加了供应商，对公司的采购量逐年降低，2018 年开始不再进入公司前十大客户之类。报告期内公司对其销售额分别为 729.81 万元、659.47 万元、561.61 万元，呈逐年下降趋势。

（二）同一产品不同客户之间毛利率存在差异的原因

公司同一产品不同客户之间毛利率存在差异，主要是因为：

1、公司根据不同区域、不同渠道，产品定价有所差异，因此同一产品不同客户之间的价格有所差异。冷冻烘焙食品广东省内、省外分别执行不同价格，商超客户每家均单独定价；奶油类、水果类采取全国统一定价；酱料类产品则分不同渠道分别定价。详见本问询回复问题 8 二相关内容。

2、公司会根据各个地区或产品的具体市场情况实施临时促销活动，会对部分客户进行折扣销售。

3、对于商超客户，公司根据其销售情况给予返利；对经销商、非商超类直销客户的返利则以货折形式支付，支付时所产生的折扣对产品价格也有一定的影响，也会导致同一产品在不同客户之间的价格有所不同。

因此，公司同一产品在不同客户之间存在价格差异，致使同一产品在不同客户的毛利率存在差异。

（三）同一客户不同年度内收入、毛利率变动的原因

同一客户不同年度内收入变动主要是因为合作程度加深，采购力度加大或与公司合作关

系改变等情况造成。详见本问询回复问题 10 三相关内容。

公司同一客户不同年度内毛利率变动的原因是所采购产品毛利率的变化以及产品结构的变化。

四、 结合报告期各期订单情况，分别披露经销、直销模式下前十大客户向发行人的采购占其采购总额的比例，与发行人是否存在关联关系或其他利益安排、交易价格是否公允；

（一）报告期各期经销、直销模式下前十大客户订单情况，向公司的采购占其采购总额的比例

2019 年，公司经销、直销模式下前十大客户订单情况以及向公司采购情况如下：

单位：万元

序号	经销商名称	订单金额	销售金额	采购金额占其比例
1	石家庄市宏威食品添加剂有限公司	3,937.92	3,731.48	10%以内
2	济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司	2,457.91	2,218.41	10%以内
3	广东嘉怡食品有限公司	2,254.46	2,049.69	10%以内
4	苏州闽龙商贸有限公司	1,508.77	1,302.43	10%以内
5	广州市白云区太和何杰生综合店	1,372.55	1,144.36	20%-30%
6	广东省商业贸易进出口有限公司	1,222.29	1,143.81	10%以内
7	再博（上海）实业有限公司	1,299.50	1,108.41	10%以内
8	广州市白云区松洲新世界食品经营部	1,244.33	1,091.26	20%-30%
9	淮阴区协旺食品销售中心	1,187.90	974.76	10%-20%
10	东莞市常平良心烘焙原料商行	981.72	947.36	10%-20%
合计		17,467.34	15,711.97	
序号	直销客户名称	订单金额	销售金额	采购金额占其比例
1	沃尔玛（中国）投资有限公司	9,626.63	7,478.21	10%以内
2	华润万家有限公司	1,496.27	1,345.38	10%以内
3	深圳市幸福西饼食品有限公司	1,320.16	1,301.82	10%以内
4	中山市采蝶轩食品有限公司	1,002.70	955.74	10%以内
5	青岛丹香投资管理有限公司	864.68	759.31	10%以内
6	北京味多美食品有限责任公司	775.03	732.40	10%以内
7	上海联家超市有限公司	774.46	631.52	10%以内
8	山西金午食品有限公司	440.93	433.70	10%以内
9	浙江一鸣食品股份有限公司	516.35	394.50	10%以内
10	中山市港隆食品有限公司	404.79	392.80	未走访，无法判断
合计		17,221.99	14,425.38	

2018 年，公司经销、直销模式下前十大客户向公司采购情况如下：

单位：万元

序号	经销商名称	订单金额	销售金额	采购金额占其比例
1	石家庄市宏威食品添加剂有限公司	3,143.74	3,136.41	10%以内
2	广东嘉怡食品有限公司	2,066.76	1,874.74	10%以内
3	济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司	1,721.93	1,649.80	10%以内
4	苏州闽龙商贸有限公司	1,393.63	1,227.39	10%以内
5	漳州市向日葵食品有限公司	1,583.75	1,206.93	10%以内
6	广州市白云区太和何杰生综合店	1,518.29	1,162.42	20%-30%
7	再博（上海）实业有限公司	1,155.37	1,136.93	10%以内
8	南京友邦食品有限公司	938.26	930.48	10%-20%
9	淮阴区协旺食品销售中心	881.69	880.83	10%-20%
10	东莞市常平良心烘焙原料商行	840.00	795.10	10%-20%
合计		15,243.41	14,001.06	
序号	直销客户名称	订单金额	销售金额	采购金额占其比例
1	沃尔玛（中国）投资有限公司	8,007.85	6,124.39	10%以内
2	深圳市幸福西饼食品有限公司	2,441.81	2,402.21	10%以内
3	华润万家有限公司	1,603.48	1,403.07	10%以内
4	青岛丹香投资管理有限公司	734.58	727.85	10%以内
5	上海联家超市有限公司	821.21	579.91	10%以内
6	中山市采蝶轩食品有限公司	565.80	547.19	10%以内
7	山西太原瑞司特食品有限公司	475.76	456.84	10%以内
8	山西金午食品有限公司	399.57	389.91	10%以内
9	浙江一鸣食品股份有限公司	447.90	363.06	10%以内
10	福州新华丰贺氏食品有限公司	319.33	316.33	10%以内
合计		15,817.28	13,310.76	

2017 年，公司经销、直销模式下前十大客户向公司采购情况如下：

单位：万元

序号	经销商名称	订单金额	销售金额	采购金额占其比例
1	石家庄市宏威食品添加剂有限公司	2,428.95	2,246.23	10%以内
2	广东嘉怡食品有限公司	1,691.87	1,291.49	10%以内
3	济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司	1,077.16	993.25	10%以内
4	苏州闽龙商贸有限公司	1,058.07	781.78	10%以内
5	广州市白云区松洲乐丰食品经营部	956.15	763.98	20%-30%

序号	经销商名称	订单金额	销售金额	采购金额占其比例
6	深圳市佳兆好贸易有限公司	737.71	729.81	10%以内
7	天山区新华南路百克日食品添加剂商行	720.66	665.62	20%-30%
8	大连海升粮油经销有限公司	681.29	657.29	10%以内
9	上海雄昌食品销售有限公司	630.43	613.81	10%以内
10	深圳市鸿兴业食品有限公司	670.00	612.41	10%以内
合计		10,652.29	9,355.66	
序号	直销客户名称	订单金额	销售金额	采购金额占其比例
1	沃尔玛（中国）投资有限公司	5,090.98	4,023.19	10%以内
2	深圳市幸福西饼食品有限公司	1,895.54	1,743.59	10%以内
3	华润万家有限公司	1,195.87	989.39	10%以内
4	青岛丹香投资管理有限公司	969.45	966.40	10%以内
5	浙江一鸣食品股份有限公司	393.53	365.63	10%以内
6	安徽永辉超市有限公司	397.82	358.95	10%以内
7	福州新华丰贺氏食品有限公司	309.25	304.87	10%以内
8	中山市港隆食品有限公司	334.23	301.27	10%以内
9	广州市小帅果食品有限公司	239.68	239.68	30%-50%
10	哈尔滨市欧柏林食品有限公司	230.30	230.30	10%以内
合计		11,056.65	9,523.26	

（二）与发行人是否存在关联关系或其他利益安排、交易价格是否公允

报告期内，公司前十大经销商和直销客户与公司不存在关联关系或其他利益安排。公司不同产品的定价方式，详见本问询回复问题 8 二相关内容。

公司向前十大经销商客户和直销客户所销售的主要产品销售单价与相同类型客户的产品单价差异率集中在 10%以内，存在差异的主要原因是公司对主要产品制定了返利和临时促销政策，其中返利政策与客户采购规模挂钩，折扣政策与临时的促销活动有关，会针对不同地区和客户采取不同的临时促销政策，进而导致销售价格存在一定的差异，但整体差异率不大，因此，公司向主要客户销售的产品的价格公允。

报告期内，公司存在小部分产品销售价格与平均单价差异率超过 10%的情况，主要原因是公司拟通过部分产品低价策略与商超客户进行战略合作以及部分产品通过独立的海外经销商渠道销售，销售费用较低进而导致产品单价定价较低。

综上，报告期内，公司前十大经销商和直销客户与公司不存在关联关系或其他利益安排，交易价格公允。

五、 Le Bourne Sdn Bhd 的基本情况，以及发行人与其合作情况、合作的必要性。

Le Bourne Sdn Bhd 为马来西亚公司，实际控制人为 Ng Boon Yeap。该公司成立于 2008 年，主要经营巧克力原料，2015 年开始与公司合作。公司主要向其采购烘焙巧克力成品也向其采购外协贴牌的烘焙巧克力成品。

公司选择 Le Bourne Sdn Bhd 作为巧克力供应商，主要原因是：一、马来西亚是代可可脂主要原料棕榈油的主产地，且马来西亚的糖、人工等成本均低于国内，因此 Le Bourne Sdn Bhd 的产品在价格方面具有一定优势。二、Ng Boon Yeap 等管理团队在巧克力行业经营多年，其产品质量较好，且供货稳定。因此，公司与 Le Bourne Sdn Bhd 在近年来形成较为稳定的合作关系，与其合作具有必要性。报告期内，公司向其采购的金额分别为 294.91 万元、1,322.22 万元、1,603.93 万元。

2019 年，公司对 Le Bourne Sdn Bhd 销售额为 6.12 万元。主要原因是 2019 年初，公司为借助 Le Bourne Sdn Bhd 在马来西亚的销售渠道进行市场调研，向其销售了一批公司自产的巧克力休闲产品，但后续双方未就该项目继续合作。除上述事项外，公司未向 Le Bourne Sdn Bhd 销售产品。

申报会计师执行的核查程序及核查意见

针对上述问题，申报会计师执行的主要核查程序如下：

1、获取了公司销售明细表、销售成本明细表以及应收账款明细表，统计了各大类产品直销、经销前五大客户名称、销售金额及占比、数量、产品种类、毛利率、信用期限、期末欠款金额、期后还款金额等相关信息，并分析了其变动情况；

2、通过国家企业信用信息公示系统查询了经销模式、直销模式对应前十大客户的基本情况，包括名称、成立时间、股权结构；

3、对公司高级管理人员、销售人员进行了访谈，并以实地走访或视频等方式对上述客户进行访谈，了解其与公司的合作时间，公司获取其订单的方式以及最终销售去向等；

4、获取了公司销售明细表、销售成本明细表以及应收账款明细表，分析了上述客户的收入、成本、毛利、毛利率、应收款项及款项结算情况；

5、对公司销售人员进行访谈，并结合销售明细表、销售成本明细表等，分析了公司对报告期各期前十大客户的销售金额、销售成本变化情况；同时，结合销售品类的变化，分别分析前十大客户报告期内毛利率变动的原因；

6、对经销、直销前十大客户进行了走访，了解了其对公司采购额占其总采购额的比例，获得了其与公司不存在关联关系的声明；

7、核查了报告期内公司向经销、直销前十大客户销售产品的价格明细，抽取了各客户销量前三的产品，并核实其价格与该产品当年平均价格是否存在重大差异；

8、对 Le Bourne Sdn Bhd 进行了实地走访，并访谈了其董事长，实际控制人，了解了 Le Bourne Sdn Bhd 的业务情况，公司与其合作情况。

经核查，申报会计师认为：

1、公司产品品类众多，同一大类产品中，存在较多细分产品，且各细分产品中的品规亦有所差别，而各家客户采购的产品存在差异，因此，同一大类产品，不同销售模式、同一销售模式不同客户之间的毛利率存在差异的情况合理。

2、公司经销、直销前十大客户的成立时间较长，且与公司合作时间长，大部分于 2017 年或 2017 年以前即开展合作，少部分于 2018 年开始合作；公司通过展销会或业务员拜访等方式获得上述公司的订单，符合行业惯例；公司经销商均实现最终销售；

3、公司前十大客户变化及销售变化原因合理，同一产品不同客户之间毛利率存在差异的原因合理；同一客户不同年度内收入、毛利率变动的原因合理。

4、报告期内，公司经销、直销模式下前十大客户向公司采购额占其采购总金额的比例较小，不存在仅经营公司产品的情况。经销、直销模式下前十大客户与公司不存在关联关系或其他利益安排、交易价格公允；

5、公司与 Le Bourne Sdn Bhd 的合作系基于其位于马来西亚所带来的价格优势，以及其良好的产品品质，双方合作关系真实且具有必要性。2019 年，公司向 Le Bourne Sdn Bhd 销售了 6.12 万元主要是基于利用其渠道进行市场调研的考虑，其交易真实，后续亦未再开展相关合作，对公司收入影响较小。

问题 11、招股说明书披露，报告期内发行人向前五大供应商的采购额合计占采购总额的比例不超过 30%。请发行人补充披露：（1）报告期各期前五大供应商变动的原因、单个供应商采购金额及占比变化的原因，益海嘉里食品科技有限公司成立当年（2019 年）即成为发行人前五大供应商的原因及合理性，报告期内发行人与益海嘉里金龙鱼粮油食品股份有限公司的合作情况；（2）按照采购的主要原材料和主要包装材料，分别列示报告期各期向前五大供应商的采购内容、采购数量、采购单价、采购金额及占比等，向不同供应商采购相同物料的价格是否存在差异以及差异的原因；（3）报告期内前五大供应商及新增主要供应商的基本情况，包括股权结构、实际控制人、注册时间、注册资本（实缴）、经营范围、合作历史等；（4）选定供应商的方式及程序，各采购品种如何定价及主要原材料的市场价格情况，原材料采购价格变化是否符合行业趋势；（5）发行人产品是否需要添加剂及其他辅料，如是，请披露具体种类、采购渠道，相关供应商是否满足法定资质和条件。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、 报告期各期前五大供应商变动的原因、单个供应商采购金额及占比变化的原因，益海嘉里食品科技有限公司成立当年（2019 年）即成为发行人前五大供应商的原因及合理性，报告期内发行人与益海嘉里金龙鱼粮油食品股份有限公司的合作情况；

（一）报告期各期前五大供应商变动的原因

报告期内，公司向前五名供应商的采购情况如下：

单位：万元

序号	单位名称	采购额	占比	主要采购内容
2019 年度				
1	广东白燕粮油实业有限公司	4,673.64	6.00%	面粉
2	鑫兰食品武汉有限公司	3,849.65	4.94%	葡挞液
3	东莞嘉吉粮油有限公司	3,813.12	4.89%	油脂
4	益海嘉里食品科技有限公司	3,546.11	4.55%	油脂、糖类
5	广州保科力医药保健品进出口有限公司	3,374.12	4.33%	稀奶油
合计		19,256.64	24.70%	
2018 年度				
1	广州保科力医药保健品进出口有限公司	5,148.76	7.24%	稀奶油
2	广东白燕粮油实业有限公司	4,084.51	5.75%	面粉
3	东莞嘉吉粮油有限公司	3,621.92	5.10%	油脂
4	鑫兰食品武汉有限公司	3,411.73	4.80%	葡挞液
5	广东贝瑞克食品有限公司	2,848.58	4.01%	乳制品
合计		19,115.50	26.90%	
2017 年度				
1	东莞嘉吉粮油有限公司	3,337.38	6.14%	油脂
2	广东白燕粮油实业有限公司	3,089.61	5.68%	面粉
3	东莞市五丰伟业商贸有限公司	2,920.41	5.37%	油脂、糖类
4	广东贝瑞克食品有限公司	2,628.03	4.83%	乳制品
5	广州市达江源食品科技有限公司	2,491.40	4.58%	水果
合计		14,466.84	26.61%	

注：上述供应商采购金额为与其受同一最终控制方控制的企业合并后数据。

1、2018 年相较于 2017 年，前五大供应商变动原因分析

2018 年，广州保科力医药保健品进出口有限公司、鑫兰食品武汉有限公司进入前五大供应商，同时广州市达江源食品科技有限公司、东莞市五丰伟业商贸有限公司退出前五大供

应商。

广州保科力医药保健品进出口有限公司是公司的进口贸易商。2017 年 10 月起，公司主要通过广州保科力医药保健品进出口有限公司进口稀奶油产品，稀奶油为公司奶油产品体系的补充，以满足部分高端客户的需求，采购金额较大，故 2018 年开始广州保科力医药保健品进出口有限公司进入公司前五大供应商。

鑫兰食品武汉有限公司向公司提供外协贴牌的挞液产品，其用于配合公司挞皮产品销售。2018 年，公司挞皮销售收入由 2017 年的 14,486.36 万元上升至 2019 年的 22,556.18 万元，带动公司向鑫兰食品武汉有限公司的采购额也由 2017 年的 2,304.54 万元增长至 2018 年的 3,411.73 万元。

广州市达江源食品科技有限公司主要向公司提供水果原材料，东莞市五丰伟业商贸有限公司主要向公司提供油脂、糖类等原材料，上述原材料市场供给较为充足，随着公司规模及品类的不断扩大，公司补充新增了同类供应商，因此，公司向广州市达江源食品科技有限公司的采购金额由 2017 年的 2,491.40 万元下降至 2018 年的 1,768.59 万元，向东莞市五丰伟业商贸有限公司的采购金额由 2017 年的 2,920.41 万元下降至 2018 年的 2,487.41 万元，均退出 2018 年前五大供应商。

2、2019 年相较于 2018 年，前五大供应商变动原因分析

2019 年，益海嘉里食品科技有限公司进入前五大供应商，同时广东贝瑞克食品有限公司退出前五大供应商。

2018 年，益海嘉里食品科技有限公司（含同一控制下的其他企业）为公司第六大供应商，向公司提供油脂产品，主要用于冷冻烘焙食品。随着冷冻烘焙食品收入增长及公司新增向其采购车轮牌人造黄油等其他品类，2019 年对其的采购额进一步增加，成为公司第四大供应商。

广东贝瑞克食品有限公司为进口乳制品的贸易商，市场上同类供应商较多，2019 年，公司根据经营需要新增与其他供应商的合作，因此向广东贝瑞克食品有限公司的采购金额由 2018 年的 2,848.58 万元下降至 1,309.01 万元，广东贝瑞克食品有限公司退出前五大供应商。

因此，报告期内公司前五大供应商的变动具有合理性。

（二）单个供应商采购金额及占比变化的原因

报告期内，公司前五大供应商采购金额及占比存在一定的变动，主要原因有以下几种：第一，部分供应商主要向公司供应冷冻烘焙食品原料，随着公司冷冻烘焙食品销售收入迅速增长及占比上升，相关供应商采购占比也有所上升；第二，对于部分原材料，公司新增补充了同类供应商，故向单一供应商采购金额有所下降；第三，公司根据需要新增产品需求，增

加与供应商合作。

报告期内，公司前五名供应商采购金额及占采购总额的比例具体变动情况如下：

单位：万元

序号	单位名称	年份	采购金额	占比	主要采购内容	变动原因
1	广东白燕粮油实业有限公司	2019年度	4,673.64	6.00%	面粉	公司主要向该供应商采购冷冻烘焙食品使用的面粉原料，随着冷冻烘焙食品收入及占比上升，面粉采购金额及占比均逐年上涨
		2018年度	4,084.51	5.75%		
		2017年度	3,089.61	5.68%		
2	鑫兰食品武汉有限公司	2019年度	3,849.65	4.94%	挞液	该供应商为公司挞液的外协贴牌厂商，随着冷冻烘焙食品中的挞皮收入上升，公司应客户需求不断提高配合销售的挞液供给比例，故相应采购金额及占比均逐年上涨
		2018年度	3,411.73	4.80%		
		2017年度	2,304.54	4.24%		
3	东莞嘉吉粮油有限公司	2019年度	3,813.12	4.89%	油脂	公司主要向该供应商采购棕榈仁油、大豆油等油脂，随着公司收入上升，油脂采购规模逐年上涨，但由于棕榈仁油单价有所下降，且公司对大豆油产品增加了新的供应商，故采购占比有所下降
		2018年度	3,621.92	5.10%		
		2017年度	3,337.38	6.14%		
4	益海嘉里食品科技有限公司	2019年度	3,546.11	4.55%	油脂、糖类	公司向该供应商采购的原料主要用于冷冻烘焙食品，随着冷冻烘焙食品收入上涨，公司向其采购金额也逐年上涨，2018年，公司挞皮产品配方优化，减少了单位耗油量，因此向该供应商采购的烘焙应用油脂增速放缓，采购占比略有下降；2019年，公司向该供应商新增采购了车轮牌人造黄油等其他品类，故其采购占比有所上升
		2018年度	2,681.50	3.77%		
		2017年度	2,360.36	4.34%		
5	广州保科力医药保健品	2019年度	3,374.12	4.33%	稀奶油	2018年为公司向该供应商采购稀奶油的第一个完整年度，故采购金额及占比较大，2019年公司减少了稀奶油的市场推广，同时新增了其他进口贸易商，故相应采购金额及占
		2018年度	5,148.76	7.24%		

序号	单位名称	年份	采购金额	占比	主要采购内容	变动原因
	进出口有限公司	2017年度	886.71	1.63%		比有所下降
6	广东贝瑞克食品有限公司	2019年度	1,309.01	1.68%	乳制品	公司新增补充乳制品贸易商，因此该供应商采购金额2018年增速放缓、2019年有所下降，采购占比则逐年下降
		2018年度	2,848.58	4.01%		
		2017年度	2,628.03	4.83%		
7	东莞市五丰伟业商贸有限公司	2019年度	2,186.94	2.81%	油脂、糖类	公司新增补充同类供应商，因此向该供应商采购金额及占比有所下降
		2018年度	2,487.41	3.50%		
		2017年度	2,920.41	5.37%		
8	广州市达江源食品科技有限公司	2019年度	1,208.79	1.55%	水果	公司新增补充同类供应商，因此向该供应商采购金额及占比有所下降
		2018年度	1,768.59	2.49%		
		2017年度	2,491.40	4.58%		

（三）益海嘉里食品科技有限公司成立当年（2019 年）即成为发行人前五大供应商的原因及合理性，报告期内发行人与益海嘉里金龙鱼粮油食品股份有限公司的合作情况

益海嘉里食品科技有限公司成立于2019年，为益海嘉里金龙鱼粮油食品股份有限公司的全资子公司，2019 年 7 月，益海嘉里金龙鱼粮油食品股份有限公司对其销售业务进行调整，相关业务均由益海嘉里食品科技有限公司承接，故2019年，益海嘉里金龙鱼粮油食品股份有限公司下属公司中，公司与益海嘉里食品科技有限公司的合作金额最大。2018 年，益海嘉里食品科技有限公司（含同一控制下的其他企业）为公司第六大供应商，向公司提供油脂产品，主要用于冷冻烘焙食品，随着冷冻烘焙食品收入增长及公司新增向其采购车轮牌人造黄油等其他品类，2019 年采购额进一步增加，成为公司第四大供应商。报告期内，公

司与益海嘉里金龙鱼粮油食品股份有限公司下属公司的合作情况具体如下：

单位：万元

序号	单位名称	2019 年采购额	2018 年采购额	2017 年采购额
1	益海嘉里食品科技有限公司	1,667.75	-	-
2	益海嘉里食品营销有限公司	523.84	604.30	52.78
3	益海嘉里食品营销有限公司深圳分公司	918.58	1,803.85	2,307.59
4	东莞益海嘉里赛瑞淀粉科技有限公司	435.94	273.35	-
合计		3,546.11	2,681.50	2,360.36

二、 按照采购的主要原材料和主要包装材料，分别列示报告期各期向前五大供应商的采购内容、采购数量、采购单价、采购金额及占比等，向不同供应商采购相同物料的价格是否存在差异以及差异的原因；

（一）各类原材料供应商的采购情况

报告期内，公司采购的原材料主要包括油脂、糖类、水果、面粉、乳制品等几大类。由于公司产品品规超过 700 种，不同的产品，甚至针对不同口感、不同款式的同一类产品，其对原材料的具体要求及用量均有不同，因此公司每一类原材料中具体的细分物料较多，相应的价格有所差异。以油脂原料为例，冷冻烘焙食品使用烘焙应用油脂、猪油等，奶油使用棕榈仁油等，酱料使用大豆油等，巧克力使用代可可脂等，且冷冻烘焙食品中，丹麦面包又需要使用其专用的烘焙应用油脂，因此公司油脂细分物料近 50 种。水果则具体细分物料更多，根据具体的水果品类、等级、形态不同有所差异，接近 100 种。各类原材料供应商的采购情况如下：

1、油脂

序号	单位名称	主要采购内容	采购数量（吨）	采购单价（元/千克）	采购金额（万元）	占油脂采购总额比例
2019 年度						
1	东莞嘉吉粮油有限公司	棕榈仁油、大豆油	5,546.64	6.87	3,813.12	26.83%
2	益海嘉里食品科技有限公司	烘焙应用油脂	3,654.72	8.51	3,110.17	21.89%
3	临沂新程金锣肉制品集团有限公司	猪油	2,167.60	10.41	2,256.71	15.88%

序号	单位名称	主要采购内容	采购数量（吨）	采购单价（元/千克）	采购金额（万元）	占油脂采购总额比例
4	东莞市五丰伟业商贸有限公司	棕榈仁油	1,581.61	7.77	1,228.79	8.65%
5	南海油脂工业（赤湾）有限公司	大豆油	2,093.86	5.37	1,124.98	7.92%
合计			15,044.43	7.67	11,533.77	81.16%
2018 年度						
1	东莞嘉吉粮油有限公司	棕榈仁油、大豆油	4,386.60	8.26	3,621.92	27.21%
2	益海嘉里食品科技有限公司	烘焙应用油脂	2,940.51	8.19	2,408.15	18.09%
3	临沂新程金锣肉制品集团有限公司	猪油	1,749.83	9.13	1,597.66	12.00%
4	东莞市五丰伟业商贸有限公司	棕榈仁油	1,611.36	9.65	1,554.58	11.68%
5	南海油脂工业（赤湾）有限公司	大豆油	1,737.44	5.24	910.88	6.84%
合计			12,425.73	8.12	10,093.19	75.82%
2017 年度						
1	东莞嘉吉粮油有限公司	棕榈仁油、大豆油	3,703.32	9.00	3,333.93	28.00%
2	益海嘉里食品科技有限公司	烘焙应用油脂	2,856.51	8.26	2,360.36	19.82%
3	临沂新程金锣肉制品集团有限公司	猪油	1,911.08	9.33	1,783.63	14.98%
4	东莞市五丰伟业商贸有限公司	棕榈仁油	1,259.84	12.53	1,578.81	13.26%
5	中粮东海粮油工业（张家港）有限公司	棕榈仁油	964.13	9.15	882.32	7.41%
合计			10,694.88	9.29	9,939.05	83.47%

公司使用的油脂主要包括棕榈仁油、大豆油、猪油、烘焙应用油脂等多个品类，棕榈仁油又可分为棕榈仁油硬脂和棕榈仁油软脂等不同等级的产品，其中大豆油价格明显较低，棕

榈仁油硬脂价格较高，而猪油的价格变动趋势受生猪价格的影响，与其他油脂产品价格走势存在一定差异。

报告期内，公司油脂的前五名供应商采购单价存在差异，是与其具体采购的不同细分品种相匹配的。2017 年，东莞市五丰伟业商贸有限公司采购单价高于中粮东海粮油工业（张家港）有限公司，一方面因双方采购具体月份不同而有所差异，另一方面公司向东莞市五丰伟业商贸有限公司采购较多棕榈仁油硬脂，该产品价格较高。2018 年，随着公司新增向东莞市五丰伟业商贸有限公司采购较多棕榈仁油软脂，采购单价有所下降。

2、水果

公司水果原料为冷冻水果，报告期内，公司除采购冷冻水果作为原材料外，还采购部分冷冻水果作为成品直接对外销售，该部分冷冻水果成品也会根据生产部门需求进行生产领用，故以下将冷冻水果采购进行合并计算，公司水果采购量、单价、采购金额，以及采购量和产量的匹配情况如下：

序号	单位名称	主要采购内容	采购数量（吨）	采购单价（元/千克）	采购金额（万元）	占水果采购总额比例
2019 年度						
1	湛江市金珊果业有限公司	芒果、菠萝	2,278.68	10.68	2,434.22	30.78%
2	广州市达江源食品科技有限公司	多种水果	815.83	14.82	1,208.79	15.29%
3	广州市人禾食品科技发展有限公司	榴莲	99.09	80.50	797.63	10.09%
4	江苏沃田食品加工有限公司	蓝莓	144.99	21.54	312.30	3.95%
5	青岛沃懋农业发展有限公司	蓝莓、草莓	172.00	17.03	292.86	3.70%
合计			3,510.59	14.37	5,045.81	63.81%
2018 年度						
1	广州市达江源食品科技有限公司	多种水果	1,250.28	14.15	1,768.59	28.01%
2	湛江市金珊果业有限公司	芒果、菠萝	1,335.42	7.43	991.66	15.70%
3	上海铂天生物科技有限公司	榴莲	84.28	64.36	542.46	8.59%
4	佳沃（青岛）食品有限公司	蓝莓	162.00	21.29	344.94	5.46%
5	广州田晟园农产品有限公司	草莓、蓝莓	264.08	12.93	341.46	5.41%
合计			3,096.06	12.88	3,989.12	63.17%

序号	单位名称	主要采购内容	采购数量（吨）	采购单价（元/千克）	采购金额（万元）	占水果采购总额比例
2017 年度						
1	广州市达江源食品科技有限公司	多种水果	1,732.10	14.38	2,491.40	43.50%
2	湛江市金珊果业有限公司	芒果、菠萝	1,226.98	8.73	1,071.58	18.71%
3	佳沃（青岛）食品有限公司	蓝莓	198.99	21.34	424.70	7.42%
4	烟台康乐达食品有限公司	樱桃	281.01	12.46	350.04	6.11%
5	广州朱氏果业科技有限公司	榴莲	39.31	68.82	270.55	4.72%
合计			3,478.39	13.25	4,608.27	80.46%

公司采购的水果品类较多，水果为非标准化原料，不同品类、品质和规格的水果价格均存在差异，芒果和草莓、樱桃、蓝莓、榴莲的价格一般依次上升，不同水果各年间价格的变动也因其具体市场环境不同而略有差异。

上述供应商采购单价与其具体的采购品类相匹配，广州市达江源食品科技有限公司为公司供应多种水果，故其采购价格与公司水果采购均价相接近。

3、糖类

序号	单位名称	主要采购内容	采购数量（吨）	采购单价（元/千克）	采购金额（万元）	占糖类采购总额比例
2019 年度						
1	广东丰硕实业投资有限公司	白糖	3,340.80	5.27	1,761.53	26.68%
2	东莞市五丰伟业商贸有限公司	白糖、葡萄糖粉	2,403.30	3.99	958.16	14.51%
3	肇庆焕发生物科技有限公司	淀粉糖浆	3,407.13	2.35	799.48	12.11%
4	广州双桥股份有限公司	淀粉糖浆	2,632.11	2.38	626.58	9.49%
5	秦皇岛骊骅淀粉股份有限公司	葡萄糖粉	1,859.85	2.76	512.53	7.76%
合计			13,643.19	3.41	4,658.28	70.54%
2018 年度						
1	广东丰硕实业投资有限公司	白糖	3,089.65	5.20	1,606.63	24.19%
2	肇庆焕发生物科技有限公司	淀粉糖浆	4,924.60	2.35	1,159.65	17.46%
3	东莞市五丰伟业商贸有限公司	白糖、葡萄糖粉	2,243.53	4.16	932.83	14.04%
4	秦皇岛骊骅淀粉股份有限公司	葡萄糖粉	2,460.00	2.94	722.25	10.87%

序号	单位名称	主要采购内容	采购数量（吨）	采购单价（元/千克）	采购金额（万元）	占糖类采购总额比例
5	安琪酵母股份有限公司	防潮糖粉	139.69	34.13	476.79	7.18%
合计			12,857.46	3.81	4,898.17	73.73%
2017 年度						
1	东莞市五丰伟业商贸有限公司	白糖、葡萄糖粉	2,497.58	5.37	1,341.60	24.01%
2	广东丰硕实业投资有限公司	白糖	1,310.40	6.00	786.73	14.08%
3	肇庆焕发生物科技有限公司	淀粉糖浆	3,530.72	2.14	757.21	13.55%
4	广州双桥股份有限公司	淀粉糖浆	3,426.42	2.00	686.51	12.29%
5	秦皇岛骊骅淀粉股份有限公司	葡萄糖粉	1,190.03	2.97	352.92	6.32%
合计			11,955.14	3.28	3,924.98	70.26%

公司使用的糖类主要包括白糖、葡萄糖粉、淀粉糖浆等不同品类，其中白糖、葡萄糖粉、淀粉糖浆的价格依次下降，白糖又会根据具体等级和细腻度的不同价格有所差异，防潮糖粉主要搭配甜甜圈进行销售，价格明显较高。

报告期内，公司糖类前五大供应商的采购价格与其具体采购内容相匹配，其中肇庆焕发生物科技有限公司和广州双桥股份有限公司均以淀粉糖浆采购为主，故其采购单价较为接近。

4、面粉

序号	单位名称	主要采购内容	采购数量（吨）	采购单价（元/千克）	采购金额（万元）	占面粉采购总额比例
2019 年度						
1	广东白燕粮油实业有限公司	多种面粉	11,897.17	3.93	4,673.64	74.88%
2	中粮国际（北京）有限公司浙江分公司	多种面粉	2,264.55	3.62	820.14	13.14%
3	广东金禾面粉有限公司	粉心粉	1,201.98	3.47	417.64	6.69%
4	佛山市顺衡益供应链管理有限公司	熟糯米粉	210.87	9.19	193.70	3.10%
5	江苏南顺食品有限公司	精制面粉	164.00	4.07	66.80	1.07%
合计			15,738.56	3.92	6,171.92	98.88%
2018 年度						
1	广东白燕粮油实业有限公司	多种面粉	10,808.11	3.78	4,084.51	78.48%

序号	单位名称	主要采购内容	采购数量（吨）	采购单价（元/千克）	采购金额（万元）	占面粉采购总额比例
2	广东金禾面粉有限公司	粉心粉	1,166.74	3.41	398.37	7.65%
3	中粮国际（北京）有限公司浙江分公司	多种面粉	907.28	3.80	344.70	6.62%
4	江苏南顺食品有限公司	精制面粉	557.63	4.13	230.39	4.43%
5	佛山市顺衡益供应链管理有限公司	熟糯米粉	153.12	7.72	118.28	2.27%
合计			13,592.87	3.81	5,176.26	99.45%
2017 年度						
1	广东白燕粮油实业有限公司	多种面粉	8,409.53	3.67	3,089.61	83.80%
2	广东金禾面粉有限公司	粉心粉	1,277.70	3.37	430.90	11.69%
3	江苏南顺食品有限公司	精制面粉	168.50	4.28	72.12	1.96%
4	佛山市顺衡益贸易有限公司	熟糯米粉	61.33	7.86	48.22	1.31%
5	东莞市合喜烘焙服务有限公司	熟糯米粉	39.63	7.51	29.75	0.81%
合计			9,956.69	3.69	3,670.60	99.55%

公司采购的面粉主要为各类冷冻烘焙食品制作的专用面粉，包括面包粉、糕点粉、粉心粉、熟糯米粉等多个品类，其中粉心粉价格相对较低，熟糯米粉主要为进口产品，价格相对较高。

广东白燕粮油实业有限公司是公司最大的面粉供应商，报告期内其采购价格较为稳定。2017 年，佛山市顺衡益贸易有限公司和东莞市合喜烘焙服务有限公司均主要向公司供应熟糯米粉，其采购单价不存在明显差异。

5、乳制品

序号	单位名称	主要采购内容	采购数量（吨）	采购单价（元/千克）	采购金额（万元）	占乳制品采购总额比例
2019 年度						
1	广州爱普食品科技有限公司	多种乳制品	498.00	33.10	1,648.46	36.84%
2	广东贝瑞克食品有限公司	多种乳制品	326.87	29.98	980.00	21.90%
3	中山市正好贸易有限公司	黄油	226.00	37.97	858.12	19.18%
4	上海鸿权进出口	黄油、切达	155.91	42.02	655.11	14.64%

序号	单位名称	主要采购内容	采购数量（吨）	采购单价（元/千克）	采购金额（万元）	占乳制品采购总额比例
5	有限公司 北京大商食品科技有限公司	奶酪 无水奶油	23.04	40.68	93.73	2.09%
合计			1,229.81	34.44	4,235.41	94.66%
2018 年度						
1	广东贝瑞克食品有限公司	多种乳制品	565.43	36.59	2,069.18	43.02%
2	广州爱普食品科技有限公司	多种乳制品	520.81	37.91	1,974.39	41.05%
3	佛山市顺衡益供应链管理有限公司	奶酪、黄油	118.58	33.45	396.66	8.25%
4	东莞市馨华食品实业有限公司	美奶滋	21.00	50.63	106.32	2.21%
5	广州康酪丰贸易有限公司	牛奶	107.12	6.25	66.98	1.39%
合计			1,332.94	34.61	4,613.53	95.92%
2017 年度						
1	广东贝瑞克食品有限公司	多种乳制品	523.77	43.14	2,259.73	59.23%
2	佛山市顺衡益贸易有限公司	奶酪、黄油	231.86	34.71	804.70	21.09%
3	广州爱普食品科技有限公司	多种乳制品	82.31	44.33	364.88	9.56%
4	广州安得利福斯食品有限公司	奶酪、黄油	28.09	32.02	89.96	2.36%
5	西诺迪斯食品（上海）有限公司	稀奶油	21.68	29.49	63.92	1.68%
合计			887.71	40.36	3,583.19	93.92%

公司使用的主要乳制品包括黄油、奶酪、稀奶油、牛奶等多个品类，其中黄油的价格最高，奶酪和稀奶油的价格居中，牛奶价格则明显较低。切达奶酪、无水奶油和美奶滋价格也相对较高，公司使用量不大。

报告期内，公司乳制品前五大供应商中，广州爱普食品科技有限公司和广东贝瑞克食品有限公司向公司供应多种乳制品，其采购均价较为接近；佛山市顺衡益贸易有限公司和广州安得利福斯食品有限公司主要供应奶酪和黄油，其采购价格也无明显差异。

（二）各类包装材料前五大供应商

报告期内，公司使用的包装材料主要包括纸箱、纸盒、泡沫箱、塑料罐、挞杯等，纸箱用于公司所有产品的外包装；纸盒主要是屋顶型纸盒，用于公司 1 升装奶油的内包装；由于冷冻烘焙食品对存储温度较为严苛，冷冻烘焙食品还需要使用泡沫箱与纸箱进行搭配或保温箱来保持产品温度；塑料罐则主要用于公司水果制品的内包装；挞杯主要为铝箔材质，作为单个蛋挞烘焙时的托盘。由于公司产品品类及规格较多，各类包装材料的具体规格大小、厚度、印刷复杂度有所不同，不同规格不同指标的同类包材价格也会存在明显差异。各类包装材料的前五名供应商及具体的采购情况如下：

1、纸箱

序号	单位名称	采购数量（万个）	采购单价（元/个）	采购金额（万元）	占纸箱采购总额比例
2019 年度					
1	长兴鑫普包装材料有限公司	207.58	6.10	1,266.42	29.68%
2	广州市群利纸箱制品有限公司	275.95	2.73	752.16	17.63%
3	广州市毅恒纸制品有限公司	170.01	4.24	721.09	16.90%
4	斯默菲石东包装（东莞）有限公司	217.54	2.76	599.74	14.06%
5	北京华仕纳纸制品有限公司	33.02	7.38	243.62	5.71%
合计		904.09	3.96	3,583.03	83.98%
2018 年度					
1	广州市毅恒纸制品有限公司	186.20	4.06	755.24	19.82%
2	斯默菲石东包装（东莞）有限公司	207.83	3.29	682.93	17.92%
3	长兴鑫普包装材料有限公司	119.81	5.29	633.70	16.63%
4	广州市群利纸箱制品有限公司	173.08	3.25	562.98	14.77%
5	广州佳宜纸品有限公司	135.29	3.09	418.67	10.98%
合计		822.21	3.71	3,053.52	80.12%
2017 年度					
1	斯默菲石东包装（东莞）有限公司	225.71	3.07	692.22	25.11%
2	广州市毅恒纸制品有限公司	170.83	4.07	695.15	25.22%
3	有余包装（东莞）有限公司	97.36	3.98	387.84	14.07%
4	广州市毅美纸品有限公司	41.74	6.01	250.96	9.10%
5	广州市群利纸箱制品有限公司	81.49	2.98	242.79	8.81%
合计		617.13	3.68	2,268.96	82.31%

公司所有产品均需要使用纸箱，但是不同产品外包装规格大小不同，需要使用的材质也有所差异，因此向不同供应商的采购价格也不尽相同。报告期内，公司部分供应商的纸箱采

购价格有所上涨，主要是 2018 年下半年，公司对冷冻烘焙食品使用的纸箱进行升级，通过使用价格较高的保温纸箱，减少对泡沫箱的使用，降低外包装总成本。

2、纸盒

序号	单位名称	采购数量（万个）	采购单价（元/个）	采购金额（万元）	占纸盒采购总额比例
2019 年度					
1	济南泉华包装制品有限公司	2,944.15	0.49	1,449.79	74.58%
2	鹤山市恒昇纸制品有限公司	94.72	2.14	202.32	10.41%
3	东莞市美旺印刷有限公司	70.79	1.74	123.46	6.35%
4	广州墨农彩色印务有限公司	44.06	1.91	84.20	4.33%
5	广州高晖包装材料有限公司	37.81	1.57	59.23	3.05%
合计		3,191.53	0.60	1,918.99	98.72%
2018 年度					
1	济南泉华包装制品有限公司	3,112.34	0.49	1,531.75	76.83%
2	江苏海惠沃特包装有限公司	208.69	0.89	185.68	9.31%
3	广州墨农彩色印务有限公司	57.51	1.95	112.20	5.63%
4	广州市广彩印刷有限公司	16.73	2.60	43.52	2.18%
5	广州市天河新侨友印刷厂	12.34	2.36	29.17	1.46%
合计		3,407.61	0.56	1,902.32	95.41%
2017 年度					
1	济南泉华包装制品有限公司	2,529.73	0.49	1,234.99	75.60%
2	广州墨农彩色印务有限公司	40.47	2.77	112.02	6.86%
3	广州市毅美纸品有限公司	217.53	0.34	74.46	4.56%
4	广州美院彩印包装有限公司	172.14	0.35	59.48	3.64%
5	广州市广彩印刷有限公司	15.33	2.79	42.75	2.62%
合计		2,975.20	0.51	1,523.70	93.28%

公司纸盒产品主要用于 1 升奶油的内包装，此外还有少量用作蛋糕纸盒、蛋挞纸盒、巧克力休闲食品纸盒等，不同纸盒采购价格根据其大小、彩印复杂度不同而有所差异。

3、泡沫箱

序号	单位名称	采购数量（万个）	采购单价（元/个）	采购金额（万元）	占泡沫箱采购总额比例
2019 年度					
1	佛山市顺德区瀛威塑料制品有限公司	198.31	4.00	792.43	82.10%
2	长兴华巡塑料制品有限公司	45.23	3.49	157.89	16.36%

序号	单位名称	采购数量（万个）	采购单价（元/个）	采购金额（万元）	占泡沫箱采购总额比例
3	清远市佳利乐包装有限公司	2.55	5.64	14.37	1.49%
4	清远市新恒发包装材料制造有限公司	0.17	2.74	0.46	0.05%
合计		246.25	3.92	965.14	100.00%
2018 年度					
1	佛山市顺德区瀛威塑料制品有限公司	256.50	4.25	1,089.99	72.17%
2	湖州海亿包装制品有限公司	51.56	5.16	266.25	17.63%
3	长兴华巡塑料制品有限公司	29.27	4.31	126.14	8.35%
4	清远市佳利乐包装有限公司	3.74	4.16	15.57	1.03%
5	惠州市广润环保科技有限公司	1.05	10.53	11.09	0.73%
合计		342.13	4.41	1,509.04	99.91%
2017 年度					
1	佛山市顺德区瀛威塑料制品有限公司	310.50	4.22	1,310.80	93.86%
2	湖州海亿包装制品有限公司	10.29	6.05	62.28	4.46%
3	惠州市广润环保科技有限公司	1.25	9.55	11.96	0.86%
4	广州市广润包装制品有限公司	0.85	11.14	9.43	0.68%
5	清远市佳利乐包装有限公司	0.77	2.68	2.05	0.15%
合计		323.66	4.31	1,396.53	100.00%

公司采购的泡沫箱主要用于冷冻烘焙食品的保温，佛山市顺德区瀛威塑料制品有限公司、长兴华巡塑料制品有限公司、湖州海亿包装制品有限公司为公司泡沫箱的主要供应商，其采购价格根据泡沫箱规格大小比例不同而略有差异。其余泡沫箱供应商为公司根据需求进行少量试采购，非标准产品，单价不具备可比性。

4、塑料罐

序号	单位名称	采购数量（万个）	采购单价（元/个）	采购金额（万元）	占塑料罐采购总额比例
2019 年度					
1	佛山市顺德区百景实业有限公司	403.99	2.09	845.85	52.55%
2	佛山市南海新宝德塑料有限公司	233.14	1.85	432.13	26.85%
3	佛山市炜兴塑料包装有限公司	50.87	2.66	135.47	8.42%
4	广东长兴珀莱斯特科技有限公司	32.25	2.55	82.11	5.10%
5	佛山市南海区启嵘塑料实业有限公司	20.32	2.53	51.43	3.19%
合计		740.57	2.09	1,546.99	96.11%
2018 年度					

序号	单位名称	采购数量（万个）	采购单价（元/个）	采购金额（万元）	占塑料罐采购总额比例
1	佛山市顺德区百景实业有限公司	351.35	2.06	723.30	49.36%
2	佛山市南海新宝德塑料有限公司	152.39	1.76	268.43	18.32%
3	珠海市利民环保科技有限公司	101.69	2.27	230.42	15.73%
4	佛山市炜兴塑料包装有限公司	41.14	3.17	130.51	8.91%
5	佛山市南海区启嵘塑料实业有限公司	19.32	2.59	49.96	3.41%
合计		665.88	2.11	1,402.61	95.73%
2017 年度					
1	佛山市顺德区百景实业有限公司	316.12	2.19	692.32	50.26%
2	珠海市利民环保科技有限公司	139.52	2.20	307.53	22.33%
3	佛山市南海新宝德塑料有限公司	98.66	1.69	166.96	12.12%
4	佛山市炜兴塑料包装有限公司	20.47	3.77	77.08	5.60%
5	佛山市南海区启嵘塑料实业有限公司	22.80	2.71	61.70	4.48%
合计		597.56	2.18	1,305.59	94.78%

公司包装材料中的塑料罐主要用于水果制品，水果制品主要有 1.36 千克、2.6 千克、3 千克、5 千克等不同规格，因此不同规格的塑料罐对应的单价有所差异，相应供应商采购单价差异与其对应采购塑料罐的规格相匹配。

5、挞杯

序号	单位名称	采购数量（万个）	采购单价（元/个）	采购金额（万元）	占挞杯采购总额比例
2019 年度					
1	佛山市炜兴塑料包装有限公司	32,627.40	0.016	527.60	37.36%
2	长兴妙妙哉铝箔有限公司	25,668.00	0.015	383.13	27.13%
3	广州市益泰铝箔制品有限公司	16,825.00	0.020	336.80	23.85%
4	广州市恒扬金属制品有限公司	6,606.30	0.014	92.48	6.55%
5	广州市亚铭铝箔制品有限公司	3,884.00	0.019	72.25	5.12%
合计		85,610.70	0.017	1,412.26	100.00%
2018 年度					
1	广州市恒扬金属制品有限公司	27,788.10	0.014	394.70	32.77%
2	广州市亚铭铝箔制品有限公司	19,701.00	0.020	386.49	32.09%
3	佛山市炜兴塑料包装有限公司	19,577.00	0.017	332.38	27.60%
4	长兴妙妙哉铝箔有限公司	5,968.00	0.015	90.89	7.55%
合计		73,034.10	0.017	1,204.46	100.00%

序号	单位名称	采购数量（万个）	采购单价（元/个）	采购金额（万元）	占挞杯采购总额比例
2017 年度					
1	广州市恒扬金属制品有限公司	38,809.26	0.016	603.99	51.81%
2	广州市亚铭铝箔制品有限公司	26,406.93	0.020	518.31	44.46%
3	佛山市炜兴塑料包装有限公司	2,703.50	0.016	43.44	3.73%
合计		67,919.68	0.017	1,165.74	100.00%

报告期内，公司挞杯根据挞皮大小的不同价格也有所差异，从 0.01 元/个到 0.02 元/个不等，上述供应商向公司提供不同挞杯的比例不同，因此单个供应商的采购单价有所差异，报告期内，公司挞杯采购的总体单价保持稳定。

（三）向不同供应商采购相同物料的价格差异情况

公司建立了完善的供应商体系，在采购下单时进行充分的询价比对，择优选择供应商。对于存在多个供应商的物料，在不同供应商中采购价格不存在显著差异。

三、 报告期内前五大供应商及新增主要供应商的基本情况，包括股权结构、实际控制人、注册时间、注册资本（实缴）、经营范围、合作历史等；

报告期内，公司前五名供应商及新增主要供应商的基本情况如下：

序号	供应商名称	成立时间	注册资本（万元）	实缴资本（万元）	经营范围	股权结构	实际控制人/主要股东	合作历史	是否新增前五名供应
1	广州保科力医药保健品进出口有限公司	1985年	3,000	3,000	化妆品批发；场地租赁（不含仓储）；水果批发；冷冻肉批发；技术进出口；商品批发贸易（许可审批类商品除外）；货物进出口（专营专控商品除外）；非许可类医疗器械经营；其他仓储业（不含原油、成品油仓储、燃气仓储、危险品仓储）；商品零售贸易（许可审批类商品除外）；蔬菜批发；饲料添加剂批发；生物制品（不含疫苗）批发；乳制品批发；许可类医疗器械经营；西药批发；非酒精饮料、茶叶批发；预包装食品批发；中药材批发；酒类批发；中成药、中药饮片批发	广州纺织工贸企业集团有限公司 100%	广州市国资委	2017年	是
2	鑫兰食品武汉有限公司	2009年	500	500	食用油、油脂及其制品、调味品、速冻食品的生产、销售；房屋租赁；日用百货、文具用品、建筑五金批发零售；货物进出口（不含国家禁止或限制进出口的货物）；食品机械设备、塑料制品的制造、销售。（依法须经审批的项目，经相关部门审批后方可开展经营活动）	杨小青 45%；杨干武 45%；杨瑞安 10%	杨小青	2017年以前	是
3	益海嘉里食品科技有限公司	2019年	5,000	430	许可项目：食品经营；道路货物运输（不含危险货物）；货物进出口。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；消毒剂销售（不含危险化学品）；厨具卫具及日用杂品批发；卫生用品销售；食品添加剂销售。（除依法须经批准的项	益海嘉里金龙鱼粮油食品股份有限公司 100%	无	2017年以前	是

序号	供应商名称	成立时间	注册资本（万元）	实缴资本（万元）	经营范围	股权结构	实际控制人/主要股东	合作历史	是否新增前五名供应
					目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）				
4	广东白燕粮油实业有限公司	1995年	5,000	2,201	生产、销售：大米、小麦粉（专用、通用）、食用植物油（全精炼）（分装）；其他粮食加工品（谷物碾磨加工品）；收购粮食（以上项目凭有效许可证经营）；食品专门零售（以上项目凭有效许可证经营）；加工、销售：小麦、稻谷；销售：五金、家用电器、建筑材料、普通机械、金属材料（不含金、银）；经营本企业自产产品及技术的出口业务和本企业所需的机械设备、零配件、原辅材料及技术的进口业务	刘益洲 16.18%；周志伟 16.18%；罗同庆 12.64%；何慧妍 12.3%；梁开藩 12.24%；钟鹏飞 11.66%；何惠玲 5.4%；胡志忠 3.64%；温乾德 3.16%；梁启邦 3.16%；梁海峰 2.46%；卢冬梅 0.98%	无	2017年以前	否
5	东莞嘉吉粮油有限公司	2006年	8,640 万美元	8,640 万美元	开发、生产和销售食用植物油及其深加工过程中派生的附属产品、食用油脂制品、工业用油、食品添加剂、蛋白饲料（豆粕）及大豆深加工过程中派生的相关产品和附属产品等（涉限或涉证除外）、食品包装材料，并提供上述产品的市场及技术咨询服务。从事食用植物油、粮食（储备粮除外）、油料和饲料原料的批发、佣金代理（拍卖除外）、仓储服务及其他配套服务（涉及专项规定管理的商品按照国家有关规定办理）。从事粮食收购业务。从事植物油、饲料原料的进出口；（涉及配额、许可证管理商品的，按国家有关规定办理申请）。从事食用油脂制品及工业用油脂制品、烘焙用可可制品、糖	嘉吉投资（中国）有限公司 100%	CIHC SINGAPORE PTE.LTD.	2017年以前	否

序号	供应商名称	成立时间	注册资本（万元）	实缴资本（万元）	经营范围	股权结构	实际控制人/主要股东	合作历史	是否新增前五名供应
					浆及糖浆制品、预拌粉、馅料以及食品添加剂的分装、批发、佣金代理（拍卖除外）、进出口、仓储业务及其他配套服务。设立研发机构，从事以上各产品的研究和开发。道路货物专用运输（集装箱，罐式）（凭许可证经营）及道路货物运输罐式容器的清洗服务				
6	广东贝瑞克食品有限公司	2012年	1,100	1,100	批发、零售：预包装食品、乳制品（不含婴幼儿配方乳粉）、食品添加剂	杨绍楠 54.55%；夏友昆 45.45%	杨绍楠	2017年以前	否
7	东莞市五丰伟业商贸有限公司	2010年	100	100	批发、零售：预包装食品、日用品、其它化工产品；电子商务咨询服务、网点代展览展示；实业投资；租赁服务；货物进出口	周巧璋 100%	周巧璋	2017年以前	否
8	广州市达江源食品科技有限公司	2013年	100	100	预包装食品零售；乳制品批发；乳制品零售；预包装食品批发；蔬菜加工；水果和坚果加工；食品科学技术研究服务；水果批发；通用机械设备零售；化工产品批发（危险化学品除外）；技术进出口；道路货物运输代理；日用器皿及日用杂货批发；通用机械设备销售；水果零售；食品添加剂零售；食品添加剂批发；日用杂品综合零售；其他仓储业（不含原油、成品油仓储、燃气仓储、危险品仓储）；货物进出口（专营专控商品除外）；干果、坚果批发；干果、坚果零售；蔬菜批发；蔬菜零售；收购农副产品；谷物、豆及薯类批发；谷物副产品批发	郭宏女 90%；罗凤英 10%	郭宏女	2017年以前	否

四、 选定供应商的方式及程序，各采购品种如何定价及主要原材料的市场价格情况，原材料采购价格变化是否符合行业趋势；

（一）选定供应商的方式及程序

公司建立了供应商考核和管理体系，对新的原材料出现需求时，公司会对几家供应商同时进行考察。当需要新增供应商时，公司将供应商提供的小样送质量中心进行检测，判断是否满足生产标准，同时对供应商相关业务资质、产品质量标准进行审查，并进行现场考察，包括供应商生产及仓储环境、工厂设备及过程管理文件等，确定合格供应商清单。公司每年还会对合格供应商清单中的供应商进行 1 到 2 次的再评估，要求得分较低的供应商进行辅导整改，整改后仍不合格则淘汰出合格供应商体系。

（二）各采购品种如何定价

在原材料采购价格方面，公司主要通过询价对比的方式确定采购价格，也正逐步通过邀请招标等方式来进行定价。对部分定制原料，公司一般与厂商通过协商谈判的方式确定采购价格。对面粉、油脂、糖类等主要原材料和大宗原料，公司会结合市场行情，对预计价格上涨的原材料与供应商提前达成协议，确定接下来几个月的采购价格，分批进行采购。

（三）主要原材料的市场价格情况，原材料采购价格变化是否符合行业趋势

报告期内，公司主要原材料的平均采购价格变动情况如下：

单位：元/千克、元/个

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	平均采购价格	变动	平均采购价格	变动	平均采购价格
油脂	7.88	-4.37%	8.24	-10.92%	9.25
水果	14.62	-6.46%	15.63	8.09%	14.46
糖类	3.49	0.02%	3.49	-2.51%	3.58
面粉	3.94	3.14%	3.82	3.52%	3.69
乳制品	33.33	-2.60%	34.22	-5.96%	36.39
纸箱	3.91	0.51%	3.89	7.46%	3.62
纸盒	0.60	5.26%	0.57	9.62%	0.52
泡沫箱	3.92	-11.11%	4.41	2.32%	4.31
塑料罐	2.06	-1.44%	2.09	-3.24%	2.16
挞杯	0.0165	0.00%	0.0165	-4.07%	0.0172

报告期内，公司采购的原材料和包装材料种类较多，且各类原材料及包装材料中又包含多款不同的具体物料，因此公司报告期内各类原材料采购价格受市场价格波动、具体物料采

购占比变动等因素影响。同时，公司大量原材料为大宗商品的加工品，与大宗商品价格波动关系密切，例如部分烘焙应用油脂价格与棕榈油相关、葡萄糖粉价格与玉米淀粉相关，因此虽然公司主要原材料不具备市场公开价格，但其价格变动情况与市场公开价格的变动趋势具备较强的可比性。报告期内，公司主要原材料价格总体波动正常，与市场价格和行业价格变动趋势对比情况具体如下：

1、油脂

公司不同产品使用的油脂有所差异，冷冻烘焙食品使用的油脂主要包括烘焙应用油脂、猪油等，奶油使用的油脂主要为棕榈仁油，酱料使用的油脂主要为大豆油。

报告期内，公司采购的油脂价格与海融科技、商务部油料油脂类大宗商品价格指数的变动情况如下：

单位：元/千克

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	价格/价格指数	变动	价格/价格指数	变动	价格/价格指数
公司油脂	7.88	-4.37%	8.24	-10.92%	9.25
海融科技油脂	9.12	-5.69%	9.67	-4.82%	10.16
油料油脂类价格指数	158.77	-4.82%	166.81	-4.81%	175.23

报告期内，公司采购的油脂价格逐年下降，与市场价格和行业价格变动趋势基本保持一致。2018 年，公司油脂原料价格降幅略大于市场平均水平，主要是一方面，公司酱料产品 2018 年营业收入增幅达到 78.75%，大豆油为酱料产品最主要的原料，其价格仅为 5 元/kg 到 6 元/kg，明显低于其他油脂，大豆油采购占比的上升使公司油脂原料采购价格进一步降低；另一方面，棕榈仁油的价格波动幅度略大于油脂平均降幅，拉低了整体油脂价格。此外，虽然公司油脂整体价格呈下降趋势，但部分品类如大豆油，2019 年期货平均结算价格相较 2018 年上涨 2%，公司大豆油采购价格也随之上升。

2、糖类

公司采购的糖类包括白糖、葡萄糖粉、淀粉糖浆等多个品类，用于奶油、水果制品、冷冻烘焙食品等不同产品。上述糖类原材料中，葡萄糖粉和淀粉糖浆等主要为玉米淀粉制品，报告期内，玉米淀粉糖的价格变动趋势与白糖有所差异。报告期内，公司白糖与海融科技的糖、商务部食糖类大宗商品价格指数具备可比性，公司玉米淀粉糖与海融科技的葡萄糖和糖浆、玉米淀粉期货结算价具备可比性，具体对比情况如下：

单位：元/千克

项目		2019 年度		2018 年度		2017 年度
		价格/价格指数	变动	价格/价格指数	变动	价格/价格指数
公司糖类		3.49	0.02%	3.49	-2.51%	3.58
白糖	公司白糖	5.25	0.57%	5.22	-14.71%	6.12
	海融科技糖	4.69	-7.50%	5.07	-10.74%	5.68
	食糖类价格指数	110.34	-2.60%	113.29	-11.85%	128.52
玉米淀粉糖	公司玉米淀粉糖	2.55	-0.78%	2.57	8.90%	2.36
	海融科技葡萄糖	2.95	0.00%	2.95	3.15%	2.86
	海融科技糖浆	2.59	8.37%	2.39	-0.42%	2.40
	玉米淀粉期货结算价	2.28	0.88%	2.26	17.10%	1.93

2018 年，公司糖类中的白糖价格下降 14.71%，与市场价格和行业价格变动趋势保持一致，具体价格变动幅度则因具体细分品类的差异有所不同；2019 年，公司白糖价格略有上涨，而市场价格及行业价格则略有下跌，主要是公司提高了冷冻烘焙食品使用的白糖品质及细腻度，相应采购价格有所上升，抵消了普通白糖价格略有下跌的影响。

公司玉米淀粉糖的采购价格 2018 年有所上升，2019 年基本保持稳定，与玉米淀粉期货结算价变动趋势相一致，具体价格变动幅度则因期货和现货价格存在差异、公司玉米淀粉糖细分品类众多而有所不同。

3、面粉

报告期内，公司采购的面粉主要为专用面粉，包括葡挞粉、面包粉、糕点粉、粉心粉等不同品类，用于公司各类冷冻烘焙食品的制作。同行业公司未披露相关面粉采购价格数据，报告期内，公司面粉采购价格与商务部面粉价格指数的变动情况如下：

单位：元/千克

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	价格/价格指数	变动	价格/价格指数	变动	价格/价格指数
公司面粉	3.94	3.14%	3.82	3.52%	3.69
面粉价格指数	104.03	1.89%	102.10	1.37%	100.72

报告期内，公司采购的面粉价格略有上升，与行业价格变动趋势基本一致，随着公司冷冻烘焙食品中甜甜圈等高端产品占比提高，相应的面粉原料品质也有所上升，面粉采购单价

整体呈上升趋势。

4、乳制品

报告期内，公司使用的乳制品包括黄油、奶酪、稀奶油等，其中黄油的采购金额最大，用于奶油、冷冻烘焙食品等产品的生产制作，公司乳制品主要向国内进出口贸易商采购，以进口产品为主。同行业公司未披露黄油采购价格数据，报告期内，公司乳制品采购价格与全球乳品交易(GDT)黄油平均价格变动情况如下：

单位：元/千克、美元/吨

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	价格	变动	价格	变动	价格
公司乳制品	33.33	-2.60%	34.22	-5.96%	36.39
全球黄油市场价格	4,513.59	-6.54%	4,829.46	-7.57%	5,224.96

报告期内，公司乳制品采购价格逐年下降，与黄油市场价格变动趋势一致，公司乳制品采购价格跌幅略小于黄油市场价格变动，主要是公司乳制品中除黄油外还有奶酪等产品，且受国内贸易价格与全球市场价格差异、汇率变动等因素的影响。

5、其他原材料和包装材料

公司主要原材料中的水果，纸箱、纸盒等包装材料并非大宗商品，无公开市场价格信息，且水果原料中包括芒果、草莓、蓝莓、榴莲等多种水果，不同产品的包装材料根据具体大小规格、纸张质量、印刷复杂程度不同，价格也存在一定差异，与市场价格变动的可比性较弱。报告期内，公司建立了规范的供应商选择和原材料定价流程，通过市场化询价方式确定原材料采购价格，且主要供应商与公司之间不存在关联关系或其他利益输送情形，相关原材料报告期内价格不存在明显异常。

综上，报告期内，公司采购定价是市场化询价或招标采购的结果，公司采购单价变动的原因合理，与市场价格变动和行业趋势相一致。

五、 发行人产品是否需要添加剂及其他辅料，如是，请披露具体种类、采购渠道，相关供应商是否满足法定资质和条件。

食品添加剂在食品工业发展中发挥着重要作用，公司在产品中也使用部分添加剂，例如，在奶油产品中使用合适的乳化剂，能够提高奶油乳浊体系的稳定性，使奶油操作性和打发性更佳；在冷冻烘焙食品中使用合适的酶制剂，能够减少冷冻导致的产品水分流失。恰当且符合国家规定的食品添加剂的使用，是构成公司产品配方优势和核心竞争力的重要组成部分。

报告期内，公司主要产品使用的食品添加剂种类如下：

产品名称	食品添加剂功能类别
奶油	乳化剂、稳定剂、增稠剂、着色剂、食品用香料
水果制品	稳定剂、增稠剂、着色剂、甜味剂、酸度调节剂、抗氧化剂、防腐剂
冷冻烘焙食品	乳化剂、稳定剂、酶制剂、水分保持剂、酸度调节剂、抗氧化剂、抗结剂、膨松剂、着色剂
酱料	乳化剂、稳定剂、增稠剂、增味剂、甜味剂、着色剂、水分保持剂、酸度调节剂、抗洁剂、抗氧化剂、防腐剂

根据《中华人民共和国食品安全法》《食品添加剂使用标准（GB2760-2014）》《卫生部办公厅关于<食品添加剂使用标准>（GB2760-2011）有关问题的复函》，公司使用的上述食品添加剂中，不存在相关法律法规、国家或行业标准禁止添加的范围，部分限制添加的食品添加剂具体如下：

产品名称	食品添加剂功能类别	食品添加剂名称
奶油	乳化剂	聚甘油脂肪酸酯、蔗糖脂肪酸酯、山梨醇酐单硬脂酸酯、硬脂酰乳酸钠、吐温 60
水果制品	稳定剂	磷酸氢二钠、磷酸三钠、六偏磷酸钠
	甜味剂	甜菊糖苷、三氯蔗糖（蔗糖素）、甜蜜素、乙酰磺胺酸钾（安赛蜜）
	酸度调节剂	六偏磷酸钠、三聚磷酸钠
	着色剂	柠檬黄、日落黄、苋菜红、胭脂红、诱惑红、亮蓝、二氧化钛、焦糖色
	抗氧化剂	亚硫酸钠、茶多酚
	防腐剂	山梨酸钾
冷冻烘焙食品	稳定剂	乙二胺四乙酸二钠
	着色剂	β-胡萝卜素
	乳化剂	双乙酰酒石酸单双甘油酯
	抗结剂、膨松剂、水分保持剂、稳定剂、酸度调节剂	焦磷酸二氢二钠、磷酸二氢钙
酱料	甜味剂	三氯蔗糖、甜菊糖苷
	着色剂	胭脂虫红、β-胡萝卜素、柠檬黄、栀子黄、栀子蓝
	抗氧化剂	茶多酚、迷迭香提取物
	防腐剂	山梨酸钾、纳他霉素、乙二胺四乙酸二钠、乳酸链球菌素
	乳化剂、稳定剂、增稠剂、抗洁剂	聚甘油脂肪酸酯
	乳化剂	蔗糖脂肪酸酯

报告期内，公司上述限制添加的食品添加剂的使用严格按照相关法律法规、国家或行业标准的要求执行，不存在违规超量添加食品添加剂的行为。报告期内，公司不存在因违规使用食品添加剂受到相关部门行政处罚的情形。

报告期内，公司通过向生产商或贸易商采购添加剂及其他辅料，公司要求生产商需具备

《食品生产许可证》，食品添加剂生产商还需在产品名称中注明食品添加剂；贸易商则需具备《食品经营许可证》；对于进口食品添加剂，公司还要求提供出入境检验检疫相关证明文件。报告期内，公司食品添加剂相关供应商均满足法定资质和条件。

申报会计师执行的核查程序及核查意见

针对上述问题，申报会计师执行的主要核查程序如下：

1、 对公司采购人员进行访谈，了解公司前五大供应商变动原因，采购金额及占比变动情况，了解选定供应商和采购定价方式；

2、 获取公司采购明细账，计算公司向主要供应商的采购金额、占公司同类原材料采购金额和总采购金额比例，核查公司供应商的变动情况；

3、 分析向不同供应商采购相同物料的价格是否存在差异，了解差异的原因；

4、 通过全国企业信用信息公示系统查询公司主要供应商的相关信息，核查其主要人员是否与公司的股东、董监高及其关系密切的家庭成员存在关联关系，获取主要供应商出具的无关联关系声明函；

5、 获取公司供应商管理相关制度，核查其选择供应商及产品定价方式，获取公司合格供应商名录、供应商开发流程，核查相关制度是否得到有效执行；

6、 取得公司向主要供应商的采购合同，分析交易条款，核查公司原材料供应及价格的稳定性；

7、 获取公司采购合同、采购订单、采购入库单、验收报告等资料，核查公司采购相关内部控制的有效性；

8、 查询公司主要原材料市场价格情况，分析原材料价格变动是否与市场趋势一致；

9、 与公司采购部门和质量部门进行访谈，查阅采购明细账，了解公司添加剂及其他辅料的使用及采购情况，获取相关供应商的业务资质；

10、对公司主要供应商进行实地走访，了解公司与供应商的合作情况、交易情况，核查供应商核实采购内容的真实性和公允性，对主要供应商采购金额及期末余额进行函证；

11、对主要供应商采购金额及期末余额进行函证，核查公司采购金额的真实性和准确性。

经核查，申报会计师认为：

1、 报告期内公司前五大供应商的变动、单个供应商采购金额及占比变化的原因合理；

2、 公司与益海嘉里金龙鱼粮油食品股份有限公司的合作情况良好，其子公司益海嘉里食品科技有限公司成立当年即成为公司前五大供应商的原因真实、合理；

3、 公司向不同供应商采购相同物料的价格不存在显著差异，因各月份间价格波动及采购具体时点不同而略有差异，采购价格真实，差异原因合理；

4、 各主要原材料和主要包装材料的前五大供应商采购单价与其具体采购内容相匹配，

采购金额及占比变动情况不存在异常；

5、 公司报告期内前五大供应商及新增主要供应商不存在异常情形，公司与上述供应商合作情况良好，不存在关联关系，不存在其他交易、资金往来或其他利益安排；

6、 公司建立了合理且完善的供应商选择方式及流程；

7、 公司采购定价是市场化询价或招标采购的结果，采购单价变动的原因合理，与市场价格变动和行业趋势相同；

8、 公司产品添加了部分添加剂及其他辅料，公司通过向生产商或贸易商进行采购，相关供应商均满足法定资质和条件。

问题 12、发行人主营业务成本由直接材料、直接人工和制造费用组成，其中原材料占比最高，占主营业务成本比重达到 83%以上。采购的原材料主要有面粉、油脂、糖类、水果等。请发行人补充披露：（1）列示报告期各期采购的原材料、包装材料的种类明细、数量、平均单价、金额及占比，报告期各类原材料、包装材料占发行人成本比重及占同期相关产品成本比重的波动原因及合理性；（2）结合产量、销售收入的变化，披露采购原材料、包装材料金额变动的原因及合理性，分析主要产品原材料、包装材料采购量与相应产品产出量及收入是否匹配，若不匹配，请详细解释差异的原因；（3）原材料、包装材料的采购单价是否公允，结合市场价格变动情况及同行业可比公司情况，披露采购单价变动的原因及合理性，是否符合行业趋势；（4）报告期各期制造费用的明细及各部分变动的具体原因，公司各类固定资产的折旧政策及期限，折旧政策是否合理、谨慎，匡算折旧费用计提是否充分，分配是否合理；（5）结合自身的运营模式，披露营业成本的核算及结转方法，主营业务成本与采购、存货的勾稽关系，成本核算的过程和控制的关键环节，成本核算的规范性、准确性。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、 公司主营业务成本及变动情况

主营业务成本按构成项目变动情况如下表所示：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	增幅	金额	增幅	金额
直接材料	77,249.66	13.50%	68,063.31	30.75%	52,054.53
其中：自主生产	67,231.16	14.57%	58,683.71	24.56%	47,113.80
外购成品	5,390.43	3.40%	5,213.19	103.29%	2,564.47

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	增幅	金额	增幅	金额
外协贴牌	4,593.33	11.81%	4,108.09	77.24%	2,317.78
委托加工	34.74	-40.43%	58.32	-0.27%	58.48
直接人工	5,902.96	20.77%	4,887.70	29.19%	3,783.44
制造费用	9,814.13	10.06%	8,917.03	48.01%	6,024.56
合计	92,966.75	13.56%	81,868.04	32.34%	61,862.53

（一）主营业务成本的构成

报告期内，公司主营业务成本主要由直接材料、直接人工和制造费用构成。

直接材料中包括自主生产原材料、外购成品、外协贴牌成品以及少量委托加工产品：①自主生产原材料即公司自主生产产品在销售时结转成本中的原材料部分；②外购成品主要是公司外购的稀奶油以及烘焙巧克力，公司在销售后将相应存货结转为销售成本；③外协贴牌主要是公司通过外协贴牌生产的挞液以及烘焙巧克力，与外购产品类似，公司在销售后将相应存货结转为销售成本；④直接材料中的委托加工即公司销售委托加工后产品所结转的成本，包括公司向受托加工方提供原材料的价值和委托加工费等。从构成情况看，直接材料主要由自主产品的原材料构成。

公司制造费用及直接人工系公司生产自产产品时发生的费用及人工成本。

（二）主营业务成本各组成部分的变动情况

1、直接材料

公司直接材料的变动受到公司销量、公司直接材料采购价格、以及公司产品结构的影响。整体上，随着公司销量的逐年增加，公司直接材料成本逐年增加。

报告期内，分产品类别直接材料成本及单位直接材料成本情况如下：

单位：万元、元/KG

产品类别	2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	单位直接材料成本	金额	单位直接材料成本	金额	单位直接材料成本
冷冻烘焙食品	33,431.38	9.47	26,032.12	9.28	17,907.90	9.04
奶油	19,080.15	6.29	19,557.92	6.67	15,037.16	6.22
水果制品	10,225.69	8.85	9,264.62	9.01	9,346.84	9.51
酱料	5,463.74	5.61	4,715.43	5.53	3,204.51	6.45
其他	9,048.69	9.13	8,493.21	8.61	6,558.12	7.70
合计	77,249.66	7.97	68,063.31	7.91	52,054.53	7.73

（1）冷冻烘焙食品

整体上，报告期内，随着冷冻烘焙食品销量的逐步提升，冷冻烘焙食品的直接材料成本逐年增加。

报告期内，冷冻烘焙食品的单位成本逐步提高，但冷冻烘焙食品的产品品类众多，且其主要原材料面粉的价格变动不大，因此，其单位材料成本的变动主要是受到产品结构变动的影响，冷冻烘焙中具体产品的单位直接材料的变动情况见本回复意见问题 13、二相关内容。

（2）奶油

2018 年，公司奶油类产品的销售重量较上年上升了 21.28%，单位直接材料成本亦提高了 7.24%，因此，2018 年公司奶油类产品直接材料上升了 30.06%。2018 年，公司奶油类产品单位直接材料成本增加的主要原因为：2018 年，虽然油脂、乳制品等原材料价格下降，但 2018 年公司外购产品稀奶油的生产厂商因奶源等原因对公司提价，上涨幅度达 15.10%，抵消了自产奶油成本下降的影响；此外，稀奶油为外购产品，且属于奶油类的高端产品，采购成本较高，2018 年稀奶油的销量增加较快，亦拉高了奶油类产品的整体单位材料成本。因此，2018 年奶油类产品单位成本有所上升

2019 年，公司奶油类产品销量增加了 3.46%，但由于油脂、乳制品等原材料价格下降，其单位直接材料较上年下降了 5.71%，致使其整体直接材料成本较上年略有下降。

报告期内，公司奶油类产品各细分产品销售占比、单位直接材料变动情况参见本回复意见问题 13、二。

（3）水果制品

2018 年，公司水果制品直接材料较上年保持稳定，系其单位直接材料价格有所下降 5.22%，而销量增加 4.58%所致。2019 年，水果制品直接材料较上年有所增加，系销售重量增加 12.46%，而单位价格较上年略下降了 1.86%所致。

报告期内，水果制品的整体单位直接材料价格受到其主要细分产品果馅、果泥、果溶单位价格及销量的影响较大，水果制品各细分产品销售占比、单位材料成本变动情况参见本回复意见问题 13、二相关内容。

（4）酱料

2018 年，虽然酱料类产品单位直接材料下降了 14.32%，但销售重量较上年增加了 71.74%，致使其整体直接材料成本较上年大幅上升。其单位直接材料下降主要原因是 2018 年，酱料用油脂的采购价格由上年的 6.21 元/KG 下降至 5.58 元/KG；酱料用糖的采购价格由上年的 4.69 元/KG 下降至 4.16 元/KG；2018 年，公司酱料产品包装材料不再采用全彩色纸箱，改为通版纸箱加标签的包装形式，因此纸箱价格亦下降了 1.58 元/个，下降幅度达

27.09%。因此，公司酱料类产品单位直接材料较上年有所下降。

2019 年，酱料类产品单位直接材料较上年保持稳定，但销量较上年增长了 14.19%，故整体直接材料较上年有所上升。

2、直接人工

公司所处的食品制造业对一线生产工人需求量较大，人工支出也在逐年增加。报告期内，随着公司产量快速增长，公司生产人员数量也不断增加。同时，公司生产线工人薪酬标准不断提升。具体情况如下表所示：

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
生产人员数量（人）	1,028	1,016	909
人均薪酬（万元/人）	8.28	7.27	6.07

注：生产人员数量为各期末的人员数量

随着公司生产人员数量和人均薪酬的增加，直接人工的规模逐年增长。

（3）制造费用

公司主营业务成本中制造费用主要由水电及能源、折旧及摊销、职工薪酬等组成，随着公司经营规模的增长而逐年上升。其明细及各部分变动情况详见本问题回复 12 五相关内容。

二、 列示报告期各期采购的原材料、包装材料的种类明细、数量、平均单价、金额及占比，报告期各类原材料、包装材料占发行人成本比重及占同期相关产品成本比重的波动原因及合理性；

（一）列示报告期各期采购的原材料、包装材料的种类明细、数量、平均单价、金额及占比

报告期内，公司采购的原材料主要包括油脂、糖类、水果、面粉等，主要包装材料包括纸箱、纸盒、泡沫箱等，主要原材料和包装材料的采购数量、平均单价、金额及占采购总额的比例如下：

项目	2019 年度				2018 年度				2017 年度			
	数量（吨、万个）	价格（元/千克、元/个）	金额（万元）	金额占比	数量（吨、万个）	价格（元/千克、元/个）	金额（万元）	金额占比	数量（吨、万个）	价格（元/千克、元/个）	金额（万元）	金额占比
油脂	18,033.38	7.88	14,211.21	18.23%	16,163.50	8.24	13,311.32	18.73%	12,868.37	9.25	11,907.18	21.90%
水果	4,955.57	14.62	7,243.94	9.29%	3,494.34	15.63	5,463.18	7.69%	3,219.07	14.46	4,656.14	8.56%
糖类	18,895.87	3.49	6,603.68	8.47%	19,012.29	3.49	6,643.03	9.35%	15,586.80	3.58	5,586.63	10.28%
面粉	15,855.46	3.94	6,241.74	8.01%	13,631.23	3.82	5,204.74	7.32%	9,984.10	3.69	3,687.02	6.78%
乳制品	1,342.59	33.33	4,474.45	5.74%	1,405.63	34.22	4,809.85	6.77%	1,048.58	36.39	3,815.34	7.02%
纸箱	1,092.16	3.91	4,266.59	5.47%	979.28	3.89	3,811.36	5.36%	761.26	3.62	2,756.70	5.07%
纸盒	3,225.55	0.60	1,943.94	2.49%	3,503.64	0.57	1,993.76	2.81%	3,152.52	0.52	1,633.53	3.00%
泡沫箱	246.25	3.92	965.14	1.24%	342.61	4.41	1,510.38	2.13%	323.66	4.31	1,396.53	2.57%
塑料罐	779.85	2.06	1,609.61	2.06%	701.13	2.09	1,465.22	2.06%	637.21	2.16	1,377.44	2.53%
挞杯	85,610.70	0.0165	1,412.26	1.81%	73,034.10	0.0165	1,204.46	1.69%	67,919.68	0.0172	1,165.74	2.14%
合计	150,037.38		48,972.56	62.83%	132,267.75		45,417.30	63.91%	115,501.25		37,982.25	69.86%

（二）报告期各类原材料、包装材料占发行人成本比重及占同期相关产品成本比重的波动原因及合理性

1、主营业务成本结构情况

报告期内，公司主营业务收入中除自产产品外，还存在少量外购成品和外协产品，故对应的主营业务成本中也存在少量外购成品和外协产品的成本，公司的主营业务成本构成如下：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	77,249.66	83.09%	68,063.31	83.14%	52,054.53	84.15%
其中：自主生产	67,231.16	72.32%	58,683.71	71.68%	47,113.80	76.16%
外购成品	5,390.43	5.80%	5,213.19	6.37%	2,564.47	4.15%
外协贴牌	4,593.33	4.94%	4,108.09	5.02%	2,317.78	3.75%
委托加工	34.74	0.04%	58.32	0.07%	58.48	0.09%
直接人工	5,902.96	6.35%	4,887.70	5.97%	3,783.44	6.12%
制造费用	9,814.13	10.56%	8,917.03	10.89%	6,024.56	9.74%
合计	92,966.75	100.00%	81,868.04	100.00%	61,862.53	100.00%

公司的主营业务成本由直接材料、直接人工和制造费用组成，其中直接材料占比最高，占主营业务成本比重达到 83%以上。直接材料中又主要为自产产品的直接材料，自产产品直接材料占比超过 70%。

2018 年，公司自产产品的直接材料、直接人工占比有所下降，而制造费用、外购成品和外协贴牌产品的成本占比有所上升，主要原因是：一，2018 年公司加大产线设备投入，购置及由在建工程转入固定资产合计 11,645.77 万元，产能利用率有所下降使当年制造费用占比上升，故对应自产产品的直接材料、直接人工占比有所下降；同时，公司冷冻烘焙食品收入占比不断上升，冷冻烘焙食品直接材料占比较低进一步拉低了公司整体的直接材料占比。二，公司 2017 年 7 月开始进口稀奶油产品，稀奶油产品销售收入由 2017 年的 2,106.78 万元上升至 2018 年的 4,519.97 万元，故对应外购成品的成本占比有所增加。三，公司 2018 年开始实施烘焙巧克力的外协生产，当年外协贴牌的烘焙巧克力新增销售收入 1,042.74 万元，同时公司外协贴牌的挞液产品销售收入也由 2017 年的 2,806.92 万元上升至 2018 年的 4,188.71 万元，故外协贴牌产品的成本占比有所上升。

2019 年，公司自产产品的直接材料、直接人工占比略有上升，制造费用、外购成品的

成本占比有所下降，外协贴牌产品的成本占比较为稳定。一方面，随着 2019 年公司产能利用率的回升，制造费用占比有所下降，对应自产产品的直接材料、直接人工占比有所上升，同时，冷冻烘焙食品收入占比的持续上升拉低了公司直接材料占比，二者相抵使公司自产产品的直接材料占比略有上升。另一方面，公司 2019 年未对稀奶油产品进行大力推广，当年外购的稀奶油销售收入为 4,597.13 万元，与 2018 年基本持平，故随着公司自产产品销售规模的增长，外购成品的成本占比有所下降。

公司自产产品的直接材料中，各类原材料、包装材料占比如下：

单位：万元

项目		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
原材料	油脂	14,235.50	21.17%	12,963.77	22.09%	11,830.05	25.11%
	水果	7,089.25	10.54%	6,236.67	10.63%	5,898.09	12.52%
	糖类	6,574.13	9.78%	6,320.33	10.77%	5,663.04	12.02%
	面粉	6,626.82	9.86%	5,485.37	9.35%	3,730.44	7.92%
	乳制品	4,579.61	6.81%	4,475.48	7.63%	3,405.09	7.23%
	其他辅料	15,182.24	22.58%	11,391.03	19.41%	7,332.57	15.56%
	原材料小计	54,287.54	80.75%	46,872.65	79.87%	37,859.28	80.36%
包装材料	纸箱	4,300.49	6.40%	3,680.68	6.27%	2,569.12	5.45%
	纸盒	1,833.36	2.73%	1,734.45	2.96%	1,413.26	3.00%
	泡沫箱	983.81	1.46%	1,490.07	2.54%	1,257.00	2.67%
	塑料罐	1,599.28	2.38%	1,423.33	2.43%	1,389.87	2.95%
	挞杯	1,449.57	2.16%	1,221.10	2.08%	1,047.98	2.22%
	其他包装材料	2,777.11	4.13%	2,261.43	3.85%	1,577.29	3.35%
	包装材料小计	12,943.62	19.25%	11,811.06	20.13%	9,254.52	19.64%
合计		67,231.16	100.00%	58,683.71	100.00%	47,113.80	100.00%

报告期内，公司原材料小计和包装材料小计的占比较为稳定，但各类原材料、包装材料的占比略有波动。

原材料中，公司油脂成本 2018 年占比有所下降，主要是公司冷冻烘焙食品、奶油、酱料等各产品的油脂成本占比均有所下降所致，具体详见各产品主营业务成本结构情况的变动分析。报告期内，随着公司冷冻烘焙食品的收入占比不断上升，而冷冻烘焙食品使用面粉较多，使用糖类、水果较少，故面粉成本占比逐年上升，糖类、水果成本占比有所下降。乳制

品成本占比有所波动，主要是冷冻烘焙食品中乳制品成本占比波动所致。

除主要原材料外，公司其他辅料品规众多，超过 500 种，报告期内其他辅料成本占比有所上升，一方面，公司部分热销新品如蛋黄酥、可丝达酱等，除主要原材料外更多使用鸡蛋、乳清蛋白、豆类等其他辅料，另一方面，油脂、糖类、乳制品等大宗原材料近年来价格呈下降趋势，而其他辅料价格波动一般较小。

包装材料中，随着冷冻烘焙食品使用保温纸箱逐渐替代普通纸箱加泡沫箱的组合，纸箱成本占比有所上升而泡沫箱成本占比有所下降。奶油、水果制品和挞皮产品收入占比的下降则使得纸盒、塑料罐、挞杯成本占比也随之下降。其他包装材料占比略有上升，主要是使用较多托盘、卷膜等其他包装材料的冷冻烘焙食品和酱料销售收入占比上升所致。

2、冷冻烘焙食品的主营业务成本结构情况

报告期内，公司冷冻烘焙食品的主营业务成本构成如下：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	33,431.38	77.60%	26,032.12	74.40%	17,907.90	76.28%
其中：自主生产	33,394.88	77.51%	26,008.35	74.34%	17,907.90	76.28%
外购成品	36.50	0.08%	23.78	0.07%	-	-
直接人工	4,148.03	9.63%	3,551.42	10.15%	2,493.48	10.62%
制造费用	5,504.71	12.78%	5,404.46	15.45%	3,074.17	13.10%
合计	43,084.12	100.00%	34,988.00	100.00%	23,475.55	100.00%

报告期内，冷冻烘焙食品直接材料占比分别为 76.28%、74.39%和 77.58%，低于公司整体的直接材料占比，且主要为自主生产。

2018 年度冷冻烘焙食品的直接材料占比较低，而制造费用占比较高，主要是 2018 年，公司冷冻烘焙食品浙江生产基地投产，当年冷冻烘焙食品产能利用率由 84.12%下降至 74.83%，单位制造费用由 1.57 元/kg 上升至 1.93 元/kg。

公司自产的冷冻烘焙食品直接材料中，各类原材料、包装材料占比如下：

单位：万元

项目		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
原材	油脂	8,389.86	25.12%	6,572.46	25.27%	5,323.39	29.73%

项目		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
料	面粉	6,279.42	18.80%	5,105.55	19.63%	3,494.72	19.51%
	水果	1,627.20	4.87%	1,264.36	4.86%	936.43	5.23%
	糖类	1,567.44	4.69%	1,266.24	4.87%	857.73	4.79%
	乳制品	1,226.65	3.67%	1,318.21	5.07%	874.97	4.89%
	其他辅料	6,913.48	20.70%	4,181.19	16.08%	2,089.57	11.67%
	原材料小计	26,004.05	77.87%	19,708.01	75.78%	13,576.83	75.81%
包装	纸箱	2,862.54	8.57%	2,097.16	8.06%	1,248.01	6.97%
材料	泡沫箱	980.26	2.94%	1,483.83	5.71%	1,252.15	6.99%
	挞杯	1,449.57	4.34%	1,221.10	4.70%	1,047.98	5.85%
	纸盒	208.46	0.62%	136.93	0.53%	36.67	0.20%
	其他包装材料	1,890.01	5.66%	1,361.31	5.23%	746.27	4.17%
	包装材料小计	7,390.84	22.13%	6,300.34	24.22%	4,331.07	24.19%
合计		33,394.88	100.00%	26,008.35	100.00%	17,907.90	100.00%

报告期内，冷冻烘焙食品各主要原材料占比较为稳定。2018 年，冷冻烘焙食品中油脂成本占比由 29.73%下降至 25.27%，主要是随着甜甜圈等低耗油量的冷冻烘焙食品收入占比上升，以及挞皮配方的升级优化，冷冻烘焙食品的单位耗油量由 2017 年的 0.30kg/kg 下降至 2018 年的 0.27kg/kg，同时，耗用的油脂单价也由 8.90 元/kg 下降至 8.65 元/kg。2019 年，乳制品的成本占比有所下降，主要是因市场需求变化，流心芝士挞、一口酥等芝士夹心馅的品类产量下降 420.24 吨，使对应馅料耗用的乳制品减少 208.83 万元。冷冻烘焙食品中其他辅料成本占比逐年上升，主要是由于公司部分冷冻烘焙食品新品除主要原材料外，较多使用鸡蛋、雪媚娘、烤肠、豆类等其他辅料，例如公司热销新品蛋黄酥，蛋黄、红豆等其他辅料成本占比达到 70%左右。

报告期内，冷冻烘焙食品各包装材料占比有所波动。冷冻烘焙食品中纸箱成本占比上升而泡沫箱成本占比下降，主要是公司逐渐用保温纸箱替代普通纸箱和泡沫箱的组合所致；挞杯成本占比有所下降主要是公司冷冻烘焙食品产品结构逐渐多元化，挞皮销售收入占比由 2017 年的 40.41%下降至 2019 年的 30.54%，对应的挞杯成本占比减少。

3、奶油的主营业务成本结构情况

报告期内，公司奶油的主营业务成本构成如下：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	19,080.15	94.71%	19,557.92	96.63%	15,037.16	96.17%
其中：自主生产	14,576.53	72.36%	15,116.79	74.69%	13,115.83	83.88%
外购成品	4,503.62	22.36%	4,441.14	21.94%	1,921.33	12.29%
直接人工	291.65	1.45%	175.61	0.87%	184.42	1.18%
制造费用	773.24	3.84%	506.36	2.50%	414.44	2.65%
合计	20,145.04	100.00%	20,239.90	100.00%	15,636.02	100.00%

报告期内，奶油直接材料占比分别为 96.17%、96.63%和 94.71%，占比较高，同时公司奶油产品中稀奶油为外购的进口产品，故直接材料中存在一定的外购成品成本。

2018 年，稀奶油产品销售收入由 2017 年的 2,106.78 万元上升至 2018 年的 4,519.97 万元，故对应外购成品的成本占比有所增加，使自产产品的直接材料、直接人工和制造费用占比均有所下降。

2019 年，自主生产的奶油直接材料占比有所下降，而直接人工和制造费用成本占比有所上升。主要是增城生产基地奶油生产线进行二个月的停产优化改造，公司奶油产量由 2018 年的 30,325.16 吨下降至 2019 年的 27,594.75 吨，停产过程中部分人员成本、冻库费用等固定费用未同比例下降，且相应设备检修费用增加，使 2019 年奶油产品单位直接人工和单位制造费用由 2018 年的 0.07 元/千克、0.18 元/千克上升至 0.10 元/千克和 0.26 元/千克，同时，油脂等原料价格下降使单位直接材料由 5.44 元/千克下降至 5.11 元/千克，故直接材料占比有所下降。

公司自产的奶油直接材料中，各类原材料、包装材料占比如下：

单位：万元

项目		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
原材料	油脂	3,581.48	24.57%	4,471.89	29.58%	4,734.74	36.10%
	乳制品	2,678.84	18.38%	2,547.66	16.85%	2,056.04	15.68%
	糖类	2,064.62	14.16%	2,186.83	14.47%	1,893.44	14.44%
	其他辅料	4,129.95	28.33%	3,791.10	25.08%	2,607.82	19.88%
	原材料小计	12,454.88	85.44%	12,997.48	85.98%	11,292.04	86.09%
包装	纸盒	1,428.66	9.80%	1,384.99	9.16%	1,192.15	9.09%

项目		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
材料	纸箱	669.98	4.60%	715.30	4.73%	577.35	4.40%
	其他包装材料	23.00	0.16%	19.01	0.13%	54.29	0.41%
	包装材料小计	2,121.65	14.56%	2,119.30	14.02%	1,823.80	13.91%
合计		14,576.53	100.00%	15,116.79	100.00%	13,115.83	100.00%

报告期内，公司奶油产品各类包装材料占比较为稳定，各类原材料中，油脂成本占比有所下降，乳制品和其他辅料的成本占比有所上升。

报告期内，公司含乳脂植脂奶油收入占公司自产奶油产品收入的比重分别为 51.29%、62.40%和 71.55%，由于含乳脂植脂奶油使用较多的乳制品，较少的油脂，故奶油产品中乳制品成本占比分别为 15.68%、16.85%和 18.38%，呈上升趋势，油脂成本占比则有所下降。同时，报告期内公司奶油产品耗用的油脂单价分别为 11.32 元/kg、9.56 元/kg 和 7.66 元/kg，油脂单价下降和含乳脂植脂奶油使用油脂较少的双重影响使公司油脂成本占比由 2017 年的 36.10%下降至 2019 年的 24.57%。

奶油产品的其他辅料、纸盒成本占比逐年上升，主要是油脂、乳制品等大宗原材料价格呈下降趋势，而其他辅料、纸盒价格波动一般较小，故奶油成本整体下降的情况下其他辅料、纸盒成本占比有所上升。纸箱价格也有所下降故其成本占比较为稳定。

4、水果的主营业务成本结构情况

报告期内，公司水果制品的主营业务成本构成如下：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	10,225.69	79.22%	9,264.62	81.17%	9,346.84	82.75%
其中：自主生产	10,136.32	78.53%	9,134.18	80.03%	8,902.62	78.82%
外购成品	89.38	0.69%	130.44	1.14%	444.21	3.93%
直接人工	649.91	5.04%	441.66	3.87%	478.65	4.24%
制造费用	2,031.94	15.74%	1,707.17	14.96%	1,469.58	13.01%
合计	12,907.54	100.00%	11,413.45	100.00%	11,295.08	100.00%

报告期内，公司水果制品的直接材料占比有所下降，一方面，公司外购的冷冻水果销售收入由 2017 年的 523.98 万元下降至 2019 年的 199.82 万元，对应的外购成品成本占比有所下降；另一方面，水果制品中的水果和糖类成本均有所下降，使剔除外购成品影响后，公司

自产水果制品的直接材料占比也呈下降趋势，水果和糖类成本下降原因具体详见下文水果制品种各原材料、包装材料占比分析。

公司自产的水果制品直接材料中，各类原材料、包装材料占比如下：

单位：万元

项目		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
原材料	水果	5,462.05	53.89%	4,972.31	54.44%	4,961.19	55.73%
	糖类	1,496.21	14.76%	1,432.21	15.68%	1,467.60	16.49%
	其他辅料	1,313.61	12.96%	1,056.84	11.57%	874.39	9.82%
	原材料小计	8,271.87	81.61%	7,461.36	81.69%	7,303.18	82.03%
包装材料	塑料罐	1,196.59	11.81%	1,045.11	11.44%	1,018.29	11.44%
	纸箱	313.54	3.09%	338.40	3.70%	311.63	3.50%
	其他包装材料	354.31	3.50%	289.32	3.17%	269.52	3.03%
	包装材料小计	1,864.45	18.39%	1,672.82	18.31%	1,599.44	17.97%
合计		10,136.32	100.00%	9,134.18	100.00%	8,902.62	100.00%

报告期内，公司水果制品中，水果和糖类的成本占比有所下降，其他辅料和包装材料的成本占比则相应随之上升。

水果成本占比逐年下降，主要是果泥和饮料浓浆等用于饮品的原料占水果制品收入比重逐年上涨，分别为 27.76%、32.52%和 38.98%。果馅等产品用于蛋糕夹层和表面，水果制品水果颗粒较大且较为粘稠；而果泥等产品主要用于冲调果汁，水果颗粒较少且稀释程度高，故其单位水果耗用量较低，不到 0.2kg/kg，拉低了报告期内水果制品整体的单位水果耗用量，单位水果耗用量分别为 0.452kg/kg、0.418kg/kg 和 0.389kg/kg。

糖类成本占比下降主要是水果制品甜味来源于白糖、果葡糖浆等多种糖类以及代糖，公司近年来不断进行研发投入和产品升级，调整各种糖原的比例，在保证口感不变的情况下持续降低成本，使公司水果制品单位耗糖量保持稳定而单价逐年下降，2017 到 2019 年分别为 3.70 元/kg、3.51 元/kg 和 3.16 元/kg。

5、酱料的主营业务成本构成情况

报告期内，公司酱料的主营业务成本构成如下：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	5,463.74	85.74%	4,715.43	87.51%	3,204.51	90.53%

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接人工	384.25	6.03%	277.76	5.15%	136.74	3.86%
制造费用	524.33	8.23%	395.24	7.33%	198.35	5.60%
合计	6,372.33	100.00%	5,388.43	100.00%	3,539.60	100.00%

报告期内，公司酱料产品均为自主生产，酱料产品的直接材料占比逐年有所下降，而直接人工和制造费用占比则逐年上升。

2018 年直接材料占比下降的原因主要是新品可丝达酱收入占比达到 17.25%，且可丝达酱的生产工艺包括加热、降温等多个环节，较沙拉酱更为复杂，其直接材料占比为 75.85%，拉低了酱料整体直接材料占比。

2019 年，酱料主要经营主体广州昊道提高了员工福利，生产人员成本占比略有上升，使制造费用和直接人工占比略有上升，直接材料占比略有下降。

公司酱料的直接材料中，各类原材料、包装材料占比如下：

单位：万元

项目		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
原材料	油脂	2,263.15	41.42%	1,801.29	38.20%	1,448.41	45.20%
	糖类	762.83	13.96%	633.58	13.44%	430.19	13.42%
	面粉	309.74	5.67%	336.86	7.14%	206.40	6.44%
	其他辅料	1,449.14	26.52%	1,302.85	27.63%	654.71	20.43%
	原材料小计	4,784.85	87.57%	4,074.57	86.41%	2,739.71	85.50%
包装材料	纸箱	320.04	5.86%	355.13	7.53%	274.40	8.56%
	其他包装材料	358.85	6.57%	285.73	6.06%	190.40	5.94%
	包装材料小计	678.89	12.43%	640.86	13.59%	464.80	14.50%
合计		5,463.74	100.00%	4,715.43	100.00%	3,204.51	100.00%

酱料产品的原材料中，2018 年，油脂成本占比有所下降，而其他辅料成本占比有所上升，主要是公司当年推出可丝达酱新品，其口味更丰富、耐烤性更强，故除油脂等主要原料外，使用较多乳清蛋白等其他辅料，可丝达酱单位耗油量较低使 2018 年酱料产品的单位耗油量由 2017 年的 0.460kg/kg 下降至 0.377kg/kg，其他辅料占比则由 2017 年的 20.43%上升至 27.63%。2019 年，酱料主要原料大豆油市场价格有所上升，使酱料耗用的油脂单价由 2018 年的 5.58 元/kg 上升至 5.75 元/kg，故 2019 年酱料中油脂占比略有上升，糖类和其他辅料占

比略有下降。

酱料产品的包装材料中，纸箱成本占比逐年下降，主要是 2018 年 4 月左右，公司为节约包装成本，对酱料产品的纸箱陆续进行调整，用通版纸箱和标签组合的方式替代原全彩印纸箱，使耗用的纸箱单价逐年下降，分别为 5.83 元/kg、4.25 元/kg 和 3.35 元/kg。同时，标签的使用使其他包装材料占比略有上升，但包装材料成本占比整体有所下降。

综上所述，报告期内公司各类原材料、包装材料占公司成本比重及占同期相关产品成本比重的变动原因合理。

三、 结合产量、销售收入的变化，披露采购原材料、包装材料金额变动的原因及合理性，分析主要产品原材料、包装材料采购量与相应产品产出量及收入是否匹配，若不匹配，请详细解释差异的原因；

报告期内，公司产量、销售收入和主要原材料和包装材料采购金额的变动情况如下：

项目		2019 年度		2018 年度		2017 年度
		数值	变动	数值	变动	数值
主营业务收入（万元）		158,264.64	20.63%	131,194.25	37.48%	95,429.35
产量（吨）		91,742.63	6.18%	86,406.03	27.74%	67,641.72
主要原材料及包装材料采购金额（万元）	油脂	14,211.21	6.76%	13,311.32	11.79%	11,907.18
	水果	7,243.94	32.60%	5,463.18	17.33%	4,656.14
	糖类	6,603.68	-0.59%	6,643.03	18.91%	5,586.63
	面粉	6,241.74	19.92%	5,204.74	41.16%	3,687.02
	乳制品	4,474.45	-6.97%	4,809.85	26.07%	3,815.34
	纸箱	4,266.59	11.94%	3,811.36	38.26%	2,756.70
	纸盒	1,943.94	-2.50%	1,993.76	22.05%	1,633.53
	泡沫箱	965.14	-36.10%	1,510.38	8.15%	1,396.53
	塑料罐	1,609.61	9.85%	1,465.22	6.37%	1,377.44
	挞杯	1,412.26	17.25%	1,204.46	3.32%	1,165.74
	合计	48,972.56	7.83%	45,417.30	19.58%	37,982.25

公司主要原材料和包装材料的采购金额与销售收入间无直接关系，与产量有着较强的匹配关系。报告期内，公司产量分别为 67,641.72 吨、86,406.03 吨和 91,742.63 吨，逐年上升，主要原材料和包装材料的采购金额也呈上升趋势，但二者变动趋势有所差异，主要原因是：一方面，一种原材料会同时用于多种产品的生产耗用，且各产品也需同时使用多种原材料，而产品结构的变化又使原材料的耗用和采购的结构也会发生变化；另一方面，原材料采购价

格也逐年有所波动。因此，以下逐项分析公司各原材料、包装材料采购金额和采购量的变动原因、及其采购量与相应主要产品产量的匹配关系：

（一）油脂

报告期内，公司油脂采购量、单价、采购金额，以及采购量和产量的匹配情况如下：

项目		2019 年度		2018 年度		2017 年度
		数值	变动	数值	变动	数值
采购金额（万元）		14,211.21	6.76%	13,311.32	11.79%	11,907.18
平均单价（元/千克）		7.88	-4.37%	8.24	-10.92%	9.25
采购量（吨）		18,033.38	11.57%	16,163.50	25.61%	12,868.37
主要产品生产耗用量（吨）①	冷冻烘焙食品	9,174.22	20.72%	7,599.76	17.42%	6,472.50
	奶油	4,570.73	-9.23%	5,035.78	21.69%	4,138.33
	酱料	3,938.22	15.37%	3,413.54	48.03%	2,306.04
	小计	17,683.17	10.18%	16,049.08	24.25%	12,916.87
主要产品产量（吨）②	冷冻烘焙食品	34,943.19	23.21%	28,360.12	31.18%	21,620.01
	奶油	27,594.75	-9.00%	30,325.16	30.32%	23,269.80
	酱料	9,844.64	8.69%	9,057.83	80.83%	5,009.14
	小计	72,382.58	6.85%	67,743.11	35.76%	49,898.95
主要产品单位耗用量①/②	冷冻烘焙食品	0.263	-1.87%	0.268	-10.37%	0.299
	奶油	0.166	0.00%	0.166	-6.74%	0.178
	酱料	0.400	6.10%	0.377	-18.04%	0.460

报告期内，公司油脂采购金额分别为 11,907.18 万元、13,311.32 万元和 14,211.21 万元，逐年上升，主要是公司油脂采购量随主要产品的产量增长而逐年增长。报告期，公司油脂采购金额的变动幅度与公司主要产品对油脂耗用量的变动存在一定差异，但剔除平均单价的变动因素后，即可见报告期油脂采购量与主要产品对油脂的生产耗用量及增幅基本保持一致。因此，油脂采购金额的变动合理。

同时，报告期公司油脂采购量与主要产品的产量体现了良好的匹配关系：

第一，油脂采购量与主要产品的油脂耗用量相匹配。因存在少量库存，油脂采购量与主要产品的油脂耗用量略有差异，但变动趋势保持一致。2018 年，公司主要产品产量均显著

上升，故油脂耗用量随之上升，油脂采购量也增幅较大。2019 年，公司奶油因停产优化改造，产量有所下降，其耗用的油脂也随之下降，故公司 2019 年油脂采购量增幅有所放缓。

第二，公司各主要产品的单位油脂耗用量较为稳定，相关变动与主要产品结构的变化相符。2018 年，各产品的单位油脂耗用量略有下降，主要是：①冷冻烘焙食品单位油脂耗用量下降主要是一方面，甜甜圈等耗油量较少的产品 2018 年销售占比有所上升，甜甜圈销售额占冷冻烘焙食品总销售额的比例由 2017 年的 19.05%增加至 2018 年的 25.55%；另一方面，公司 2018 年对挞皮的配方进行了升级优化，使挞皮单位耗油量有所降低。②奶油单位油脂耗用量下降主要是公司含乳脂植脂奶油占奶油产量占比由 2017 年的 41.87%上升至 54.11%，与植脂奶油相比，含乳脂植脂奶油原料使用的黄油，较少的油脂。③酱料单位油脂耗用量下降主要是公司 2018 年度推出新品可丝达酱且该产品当年销售占比即达到 17.25%，与沙拉酱相比，可丝达酱工艺更复杂，原料成分更为丰富，因此单位油脂耗用量相对较低，拉低了酱料整体的单位油脂耗用量。2019 年，公司各主要产品的产品结构并未发生较大变动，故单位油脂耗用量较为稳定。

（二）水果

公司水果原料为冷冻水果，报告期内，公司除采购冷冻水果作为原材料外，还采购部分冷冻水果作为成品直接对外销售，该部分冷冻水果成品也会根据生产部门需求进行生产领用，故以下将冷冻水果采购进行合并计算，公司水果采购量、单价、采购金额，以及采购量和产量的匹配情况如下：

项目		2019 年度		2018 年度		2017 年度
		数值	变动	数值	变动	数值
采购金额（万元）		7,907.99	25.23%	6,314.66	10.25%	5,727.48
平均单价（元/千克）		14.16	4.50%	13.55	5.20%	12.88
采购量（吨）		5,584.64	19.83%	4,660.28	4.83%	4,445.39
水果销售（吨）①		183.84	-44.41%	330.68	-49.47%	654.45
其他领用（吨）②		360.67	-5.42%	381.33	148.13%	153.68
主要产品生产耗用量（吨）③	水果制品	4,502.84	5.28%	4,276.93	0.54%	4,254.01
	冷冻烘焙食品	377.67	17.27%	322.05	30.38%	247.00
	小计	4,880.51	6.12%	4,598.98	2.18%	4,501.01
水果消耗合计①+②+③		5,425.02	2.15%	5,310.99	0.03%	5,309.14
主要产品产量（吨）④	水果制品	11,568.92	13.16%	10,223.68	8.56%	9,417.67
	冷冻烘焙食品	34,943.19	23.21%	28,360.12	31.18%	21,620.01

项目		2019 年度		2018 年度		2017 年度
		数值	变动	数值	变动	数值
主要产品单位耗用量③/④	小计	46,512.11	20.55%	38,583.80	24.31%	31,037.68
	水果制品	0.389	-6.94%	0.418	-7.52%	0.452
	冷冻烘焙食品	0.011	0.00%	0.011	0.00%	0.011

注：其他领用主要为研发领用

报告期内，公司水果原料和水果成品合计采购量分别为 4,445.39 吨、4,660.28 吨和 5,584.64 吨，逐年上升，而公司水果消耗合计为 5,309.14 吨、5,310.99 吨和 5,425.02 吨，较为平稳，水果采购量与水果消耗存在一定差异，主要原因是冷冻水果保质期较长，2017 年初公司水果库存达到 2,512.19 吨，故 2017 年和 2018 年生产耗用的水果部分来源于库存，水果库存分别减少 863.75 吨、651.57 吨，相应水果采购量较少，2019 年初，公司水果库存已降至较低水平，当年水果采购量与消耗量相匹配，采购量同比上升 19.83%。因此，公司水果采购金额和采购量的变动受水果消耗及其库存的影响，变动情况合理。

剔除水果库存变动的影响后，公司水果采购量与产量体现了良好的匹配关系，公司水果制品的单位水果耗用量逐年略有下降，相关变动与主要产品结构的变化相符。公司水果制品包含果馅、果溶等烘焙用水果制品，果泥、饮料浓浆等饮品用水果制品两大类，随着公司水果制品产品结构的多元化，饮品用水果制品的销售占比有所上升，果泥和饮料浓浆占水果制品收入比重分别为 27.76%、32.52%和 38.98%，且果泥等饮品原料较烘焙用水果制品水果颗粒较少且稀释程度高，故水果含量较低，单位水果耗用量不到 0.2kg/kg，拉低了水果制品整体的单位水果耗用量。

（三）糖类

报告期内，公司糖类采购量、单价、采购金额，以及采购量和产量的匹配情况如下：

项目		2019 年度		2018 年度		2017 年度
		数值	变动	数值	变动	数值
采购金额（万元）		6,603.68	-0.59%	6,643.03	18.91%	5,586.63
平均单价（元/千克）		3.49	0.02%	3.49	-2.51%	3.58
采购量（吨）		18,895.87	-0.61%	19,012.29	21.98%	15,586.80
主要产品耗用量（吨）①	奶油	7,284.42	-13.44%	8,415.63	24.59%	6,754.82
	水果制品	4,781.20	14.51%	4,175.22	5.11%	3,972.09
	冷冻烘焙食品	2,401.08	29.42%	1,855.25	35.48%	1,369.39

项目		2019 年度		2018 年度		2017 年度
		数值	变动	数值	变动	数值
主要产品产量（吨）②	酱料	1,773.78	10.06%	1,611.71	77.78%	906.60
	小计	16,240.48	1.14%	16,057.81	23.49%	13,002.90
	奶油	27,594.75	-9.00%	30,325.16	30.32%	23,269.80
	水果制品	11,568.92	13.16%	10,223.68	8.56%	9,417.67
	冷冻烘焙食品	34,943.19	23.21%	28,360.12	31.18%	21,620.01
	酱料	9,844.64	8.69%	9,057.83	80.83%	5,009.14
	小计	83,951.50	7.68%	77,966.79	31.44%	59,316.62
主要产品单位耗用量①/②	奶油	0.264	-5.04%	0.278	-4.14%	0.290
	水果制品	0.413	1.23%	0.408	-3.32%	0.422
	冷冻烘焙食品	0.069	6.15%	0.065	3.17%	0.063
	酱料	0.180	1.12%	0.178	-1.66%	0.181

报告期内，公司糖类平均采购单价较为稳定，公司糖类采购金额的变动幅度与公司主要产品对糖类耗用量的变动基本保持一致，糖类采购金额变动的原因合理。

同时，报告期公司糖类采购量与主要产品的产量体现了良好的匹配关系：

第一，糖类采购量与主要产品的糖类耗用量相匹配。报告期内，公司糖类采购量略大于主要产品的糖类耗用量，主要是除主要产品外，公司巧克力休闲食品、果膏等其他产品生产均需要耗用糖类。但奶油、水果制品等主要产品耗用了公司绝大部分糖类，且主要产品糖类耗用与糖类采购量变动情况保持一致。

第二，主要产品的糖类耗用量与对应产品的产量相匹配。报告期内，公司主要产品的单位糖类耗用量均保持稳定，不存在异常变动的情形。

（四）面粉

报告期内，公司面粉采购量、单价、采购金额，以及采购量和产量的匹配情况如下：

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	数值	变动	数值	变动	数值
采购金额（万元）	6,241.74	19.92%	5,204.74	41.16%	3,687.02
采购单价（元/千克）	3.94	3.14%	3.82	3.52%	3.69
采购量（吨）	15,855.46	16.32%	13,631.23	36.53%	9,984.10
冷冻烘焙食品耗用量（吨）①	15,712.61	17.68%	13,351.85	32.54%	10,074.04
冷冻烘焙食品产量（吨）②	34,943.19	23.21%	28,360.12	31.18%	21,620.01
单位耗用量①/②	0.450	-4.46%	0.471	1.07%	0.466

公司面粉主要用于冷冻烘焙食品的生产，报告期内，冷冻烘焙食品的单位面粉耗用量较为稳定，其产量 2018 年和 2019 年分别上升 31.18%和 23.21%，故面粉采购量也呈上升趋势，2018 年和 2019 年增幅分别为 36.53%和 16.32%，体现了面粉采购量和冷冻烘焙食品产量良好的匹配关系。随着面粉采购单价的略有上升，报告期内面粉采购金额逐年上涨，分别为 3,687.02 万元、5,204.74 万元和 6,241.74 万元。因此，公司面粉采购量和采购金额的变动与冷冻烘焙食品产量变动基本保持一致，具备合理性。

（五）乳制品

报告期内，公司乳制品采购量、单价、采购金额，以及采购量和产量的匹配情况如下：

项目		2019 年度		2018 年度		2017 年度
		数值	变动	数值	变动	数值
采购金额（万元）		4,474.45	-6.97%	4,809.85	26.07%	3,815.34
平均单价（元/千克）		33.33	-2.60%	34.22	-5.96%	36.39
采购量（吨）		1,342.59	-4.48%	1,405.63	34.05%	1,048.58
主要产品耗用量（吨）①	奶油	673.58	-6.34%	719.18	55.68%	461.97
	冷冻烘焙食品	358.89	-21.12%	454.96	27.37%	357.20
	小计	1,032.47	-12.07%	1,174.14	43.33%	819.17
主要产品产量（吨）②	奶油	27,594.75	-9.00%	30,325.16	30.32%	23,269.80
	冷冻烘焙食品	34,943.19	23.21%	28,360.12	31.18%	21,620.01
	小计	62,537.94	6.56%	58,685.28	30.73%	44,889.81
主要产品单位耗用量①/②	奶油	0.024	0.00%	0.024	20.00%	0.020
	冷冻烘焙食品	0.010	-37.50%	0.016	-5.88%	0.017

报告期内，公司乳制品采购金额分别为 3,815.34 万元、4,809.85 万元和 4,474.45 万元。2018 年，公司奶油和冷冻烘焙食品的产量均明显上升，故耗用的乳制品也随之上升，虽然当年乳制品采购单价下降 5.96%，但乳制品采购金额依旧上涨 26.07%。2019 年，随着奶油产量的下降，以及使用乳制品的部分冷冻烘焙食品产量的放缓，公司乳制品采购量有所下跌，相应乳制品的采购金额也下降 6.97%。因此，乳制品采购金额的变动合理。

公司乳制品采购量与主要产品产量的变动趋势存在差异，主要是主要产品的单位乳制品耗用量存在波动，公司奶油中仅含乳脂植脂奶油使用乳制品，冷冻烘焙食品中仅部分产品使用乳制品。2018 年，公司奶油产量增幅为 30.32%，而耗用的乳制品增幅为 55.68%，主要是由于公司含乳脂植脂奶油占奶油产量比例由 2017 年的 41.87%上升至 2018 年的 54.11%，与

植脂奶油相比，含乳脂植脂奶油原料中使用较多的黄油，较少的油脂，因此奶油单位乳制品耗用量有所上升。2019 年，公司冷冻烘焙食品的单位乳制品耗用量有所下降，主要是因市场需求变化，流心芝士挞、一口酥等芝士夹心馅的冷冻烘焙食品品类产量下降 420.24 吨，对应馅料耗用的乳制品减少 81.93 吨。

乳制品采购量与主要产品的乳制品耗用量体现了良好的匹配关系。公司乳制品采购量略大于奶油和冷冻烘焙食品的乳制品耗用量，主要是公司乳制品除用于生产上述主要产品外，还用于生产起司馅等其他产品。但奶油和冷冻烘焙食品耗用了绝大多数的乳制品，2018 年，公司奶油和冷冻烘焙食品耗用的乳制品增加 43.33%，乳制品的采购量也随之增加 34.05%；2019 年，公司芝士夹心馅的冷冻烘焙食品产量下降使冷冻烘焙食品耗用的乳制品明显减少，公司乳制品采购量也随之减少 4.48%，变动趋势保持一致。

（六）包装材料

1、纸箱

报告期内，公司纸箱采购量、单价、采购金额，以及采购量和产量的匹配情况如下：

项目		2019 年度		2018 年度		2017 年度
		数值	变动	数值	变动	数值
采购金额（万元）		4,266.59	11.94%	3,811.36	38.26%	2,756.70
平均单价（元/个）		3.91	0.51%	3.89	7.46%	3.62
采购量（万个）		1,092.16	11.53%	979.28	28.64%	761.26
主要产品耗用量（万个）①	冷冻烘焙食品	561.33	21.53%	461.90	35.56%	340.74
	奶油	230.73	-9.01%	253.58	28.77%	196.93
	水果制品	117.11	15.61%	101.30	8.46%	93.40
	酱料	95.72	8.27%	88.41	89.97%	46.54
	小计	1,004.89	11.01%	905.19	33.59%	677.61
主要产品产量（万箱）②	冷冻烘焙食品	560.26	22.47%	457.46	35.74%	337.00
	奶油	229.96	-9.00%	252.71	30.24%	194.03
	水果制品	116.77	16.00%	100.66	11.18%	90.54
	酱料	95.33	8.97%	87.48	92.39%	45.47
	小计	1,002.32	11.58%	898.31	34.67%	667.04
配比关系①/②	冷冻烘焙食品	1.00	-0.99%	1.01	0.00%	1.01
	奶油	1.00	0.00%	1.00	-0.99%	1.01
	水果制品	1.00	-0.99%	1.01	-1.94%	1.03

项目		2019 年度		2018 年度		2017 年度
		数值	变动	数值	变动	数值
	酱料	1.00	-0.99%	1.01	-0.98%	1.02
	小计	1.00	-0.99%	1.01	-0.58%	1.02

报告期，公司纸箱采购金额的变动幅度与公司主要产品的产量变动幅度基本保持一致，2018 年采购单价略有上涨使当年采购金额增幅大于主要产品产量的增幅。因此，报告期内，公司纸箱采购金额的增长主要是公司主要产品产量增长所致，变动原因合理。

公司纸箱采购量与主要产品的产量体现了良好的匹配关系：

第一，纸箱采购量与主要产品的纸箱耗用量相匹配。公司所有产品均需要使用纸箱，因此纸箱总采购量略大于奶油、冷冻烘焙食品等主要产品的纸箱耗用量，总体变动趋势保持一致。

第二，公司各主要产品的纸箱耗用与产成品箱数的配比关系稳定，基本保持在 1：1。随着公司不断加强精细化管理能力，公司纸箱损耗率也逐年略有下降。

2、纸盒

报告期内，公司纸盒采购量、单价、采购金额，以及采购量和产量的匹配情况如下：

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	数值	变动	数值	变动	数值
采购金额（万元）	1,943.94	-2.50%	1,993.76	22.05%	1,633.53
平均单价（元/个）	0.60	5.26%	0.57	9.62%	0.52
采购量（万个）	3,225.55	-7.94%	3,503.64	11.14%	3,152.52
奶油耗用量（万个）①	2,793.04	-9.09%	3,072.21	26.32%	2,432.17
奶油产量（万盒）②	2,759.47	-9.00%	3,032.52	30.24%	2,328.36
配比关系①/②	1.01	0.00%	1.01	-2.88%	1.04

报告期内，公司纸盒主要用于 1 升装奶油产品的内包装，与产成品盒数的配比关系基本稳定在 1：1。公司采购的纸盒除用于奶油内包装外，还有少量用于冷冻蛋糕、巧克力休闲食品的包装，以及作为冷冻烘焙食品终端营销方案的组成部分，与冷冻烘焙食品搭配进行直接销售。

2018 年，奶油产量增长 30.24%，耗用的奶油纸盒也增长 26.32%，纸盒采购量增幅为 11.14%，小于奶油纸盒耗用量的增幅，主要是 2018 年冷冻烘焙食品营销方案配套的直接销售纸盒与 2017 年相比减少了 133.52 万个，且 2017 年纸盒库存增加了 151.06 万个，2018 年纸盒库存无明显差异。由于当年纸盒平均采购单价上升了 9.62%，纸盒采购金额增长 22.05%，

大于纸盒采购量的增幅。

2019 年，随着奶油产量的下降，纸盒耗用量和纸盒采购量均有所下降，纸盒采购平均单价的上升使纸盒采购金额下降幅度小于采购量的跌幅。

因此，公司纸盒采购量和采购金额的变动原因合理，纸盒采购量与奶油产量匹配关系良好。

3、泡沫箱

报告期内，泡沫箱主要用于甜甜圈等冷冻烘焙食品的包装，采购量分别为 323.66 万个、342.61 万个和 246.25 万个，采购金额分别为 1,396.53 万元、1,510.38 万元、965.14 万元。2018 年下半年，公司对上述产品外包装进行了升级，用保温纸箱逐步替代普通纸箱和泡沫箱的组合，泡沫箱的用量有所减少，因此泡沫箱与相应产品的产出量无明显的对应关系。

4、塑料罐

报告期内，公司塑料罐采购量、单价、采购金额，以及采购量和产量的匹配情况如下：

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	数值	变动	数值	变动	数值
采购金额（万元）	1,609.61	9.85%	1,465.22	6.37%	1,377.44
平均单价（元/个）	2.06	-1.44%	2.09	-3.24%	2.16
采购量（万个）	779.85	11.23%	701.13	10.03%	637.21
水果制品耗用量（万个）①	637.24	15.50%	551.70	11.27%	495.81
水果制品产量（万罐）②	632.37	15.56%	547.24	12.58%	486.09
配比关系①/②	1.01	0.00%	1.01	-0.98%	1.02

公司塑料罐主要用于水果制品的包装，报告期内，公司水果制品的塑料罐耗用与水果制品产成品罐数的配比稳定，随着水果制品产量的上升，塑料罐的耗用量也有所上升。除水果制品外，果糖等产品也需要使用少量塑料罐，塑料罐采购量与水果制品的产量、塑料罐耗用量变动幅度基本保持一致。随着塑料罐平均采购单价的下降，公司塑料罐采购金额增幅略小于塑料罐采购量。因此，公司塑料罐采购量和采购金额的变动原因合理，塑料罐采购量与水果制品产量匹配关系良好。

5、挞杯

报告期内，公司挞杯采购量、单价、采购金额，以及采购量和产量的匹配情况如下：

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	数值	变动	数值	变动	数值
采购金额（万元）	1,412.26	17.25%	1,204.46	3.32%	1,165.74

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	数值	变动	数值	变动	数值
平均单价（元/个）	0.0165	0.00%	0.0165	-4.07%	0.0172
采购量（万个）	85,610.70	17.22%	73,034.10	7.53%	67,919.68
耗用量（万个）①	85,432.34	15.78%	73,787.37	10.59%	66,720.91
挞皮产量（万个）②	84,120.01	16.29%	72,335.59	16.96%	61,848.46
配比关系①/②	1.02	0.00%	1.02	-5.56%	1.08

公司挞杯为冷冻烘焙食品中挞皮的配套包装材料。报告期内，公司使用的挞杯与挞皮生产个数基本存在 1：1 的配比关系，2018 年，挞杯采购量的增幅小于挞皮产量的增幅，主要是 2017 年度公司挞杯的损耗率较高，2018 年以来公司加强了相应的生产管理，挞杯损耗率有所下降。2019 年，公司挞杯采购量与挞皮产量变动幅度相一致。报告期内，公司挞皮采购平均单价较为稳定，挞杯采购金额的变动与采购量的变动相一致。因此，公司挞皮采购金额和采购量的变动原因合理，与挞皮产量的变动情况相匹配。

综上所述，公司主要原材料、包装材料采购金额变动的原因合理，主要原材料、包装材料采购量与相应产品产出量存在良好的匹配关系。

四、 原材料、包装材料的采购单价是否公允，结合市场价格变动情况及同行业可比公司情况，披露采购单价变动的原因及合理性，是否符合行业趋势；

（一）原材料、包装材料的采购单价是否公允

报告期内，公司原材料、包装材料的采购单价公允性主要体现在以下几个方面：

第一，公司采购时一般会进行充分的询价、比价，获取各供应商的报价单，并在系统中记录各供应商的报价信息，根据报价情况择优选定供应商，公司选定供应商的采购价格与其他供应商的报价间不存在显著差异。

第二，公司部分物料存在向多个供应商采购的情形，公司向不同供应商采购相同物料的价格不存在显著差异，具体详见本问询回复 11 二相关内容。

第三，公司采购单价变动与市场价格及同行业可比公司采购单价的变动趋势相一致，不存在采购单价异常变动的情形，具体详见本问询回复问题 11 四相关内容。

第四，公司、公司控股股东和实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员与公司主要供应商间不存在关联关系，不存在可能导致利益倾斜的情形。

综上，公司原材料、包装材料的采购价格公允。

（二）结合市场价格变动情况及同行业可比公司情况，披露采购单价变动的原因及合理性，是否符合行业趋势；

详见本问询回复 11 四相关内容。

五、 报告期各期制造费用的明细及各部分变动的具体原因，公司各类固定资产的折旧政策及期限，折旧政策是否合理、谨慎，匡算折旧费用计提是否充分，分配是否合理；

（一） 报告期各期制造费用的明细及各部分变动的具体原因

报告期内各期，公司主营业务成本中的制造费用的明细及各部分变动的具体原因如下：

项目	2019年度		2018年度		2017年度	
	金额（万元）	占比	金额（万元）	占比	金额（万元）	占比
水电及能源	2,561.96	26.10%	2,643.30	29.64%	2,074.74	34.44%
折旧及摊销	2,362.67	24.07%	1,770.35	19.85%	1,061.23	17.62%
职工薪酬	2,261.23	23.04%	1,875.41	21.03%	1,182.18	19.62%
修理费	1,080.46	11.00%	990.21	11.11%	620.49	10.30%
租金	683.25	6.96%	641.06	7.19%	572.73	9.51%
运输费	285.80	2.91%	274.59	3.08%	196.06	3.25%
污水处理费	260.07	2.65%	330.12	3.70%	42.28	0.99%
其他	318.70	3.25%	391.98	4.40%	274.85	4.28%
合计	9,814.13	100.00%	8,917.03	100.00%	6,024.56	100.00%

报告期内，随着生产规模的逐渐扩大，制造费用规模逐年增加，其主要由水电及能源、折旧及摊销、职工薪酬、修理费等构成。因公司 2018 年下半年不再使用柴油发电，以及 2018 年底逐步停止采购蒸汽，公司水电及能源费用占比逐年降低，且 2019 年金额较 2018 年有所降低。随着公司对浙江长兴生产基地，佛山三水生产基地的投资，固定资产规模的扩大，折旧及摊销的金额及占比均逐年提升。

报告期内，公司制造费用明细及各部分变动的原因如下：

1、水电及能源

报告期内，公司主营业务成本中，水电及能源费用分别为 2,074.74 万元、2,643.30 万元、2,562.96 万元，主要包括电、天然气、水、蒸汽和柴油的费用，其消耗量及消耗金额情况如下表所示：

能源种类	2019年度		2018年度		2017年度	
	消耗量	金额（万元）	消耗量	金额（万元）	消耗量	金额（万元）
电（千瓦时）	35,527,894.06	2,170.19	24,748,816.96	1,538.17	14,741,848.69	837.54
柴油（吨）	-	-	1,343.14	710.99	2,079.78	879.54
蒸汽（吨）	201.33	13.51	3,039.86	102.19	3,510.00	107.91

能源种类	2019年度		2018年度		2017年度	
	消耗量	金额（万元）	消耗量	金额（万元）	消耗量	金额（万元）
天然气（立方米）	888,530.60	303.72	686,553.87	215.04	606,115.14	193.37
水（吨）	280,474.14	74.54	317,262.64	76.91	265,481.62	56.38
合计	-	2,561.96	-	2,643.30	-	2,074.74

公司主要能源为电和天然气，报告期内，公司采用部分柴油与蒸汽作为替代能源使用。存在替代能源的原因是由于公司南沙生产基地当地供电设施不足，存在不定期停电情形，公司使用柴油发电和市电的方式提供电力。随着当地市政供电设施的逐步完善和供电充足后，2018 年 9 月开始公司停止使用柴油发电。2018 年 11 月前，公司通过外购蒸汽为增城生产基地供热。增城生产基地从 2018 年 11 月开始陆续通过天然气锅炉自行生产蒸汽进行供热，蒸汽外购量逐步下降，至 2019 年 2 月后完全停止外购蒸汽。

柴油与电的转换方式为：根据公司使用的柴油发电机的使用说明书，公司使用的柴油发电机功率为1,034千瓦，其75%功率下，柴油耗用量为每小时203升，而根据《GB19147-2016》，柴油密度为 0.81-0.85 千克/升，中间值为 0.83 千克/升。据此换算，1kg 柴油可发电 4.60 千瓦时。

蒸汽与天然气的转换方式为：1 吨蒸汽=66.5 立方米天然气；根据锅炉能效测试报告，天然气锅炉效率 94.64%左右，蒸汽锅炉效率 73.47%左右，故 1 吨蒸汽耗用量=66.5*73.47%/94.64%=51.62 立方米天然气。

将柴油换算成电，蒸汽换算为天然气，公司水电及能源用量与产量的匹配关系如下：

项目		2019年度	2018年度	2017年度
电（含柴油转换）	耗用量（千瓦时）	35,527,894.06	30,930,816.31	24,314,341.95
	产量（吨）	91,742.63	86,406.03	67,641.72
	单位耗用量（千瓦时/吨）	387.26	357.97	359.46
天然气（含蒸汽转换）	耗用量（立方米）	898,923.21	843,471.58	787,301.34
	产量（吨）	46,700.69	48,476.87	40,760.37
	单位耗用量（立方米/吨）	19.25	17.40	19.32
水	耗用量（吨）	280,474.14	317,262.64	265,481.62
	产量（吨）	91,742.63	86.406.03	67,641.72
	单位耗用量（吨/吨）	3.06	3.67	3.92

①电（及柴油）的单位消耗量变化情况

2018 年，公司对电（含柴油转化，下同）的单位消耗量较上年未发生较大变化。

2019 年，公司对电的单位消耗量较上年有所上升，其主要原因为：①冷冻烘焙食品的部分产品生产涉及烘烤、油炸等过程，产成后需要急冻，温度变化较大，因此其生产耗电量高于公司其他产品。2019 年，随着冷冻烘焙食品的产量占总产量的比例上升，公司单位产量的耗电量较上年有所增加。②公司产品在生产完成后需要进行冷冻处理，2018 年底，公司对三水生产基地的冻库进行了改造，公司产品较多运输至外仓进行冷冻，而改造后则在厂区冻库内进行冷冻，厂区内用电量增加，致使公司单位耗电量有所上升。

②天然气（含蒸汽转换）的单位消耗量变化情况

公司 2018 年天然气（含蒸汽转换，下同）单位耗用量低于 2017 年、2019 年，主要是因为：奶油生产工艺中需要利用天然气进行升温及保温，2017 年公司采购供应商蒸汽，供应商使用生物质燃料，蒸汽汽压和温度不够，使用量更大；2018 年，公司产量增长后生产更为集中，单位耗用量较 2017 年有所下降；2019 年，公司虽然使用了天然气，但是设备技改，调试时间较多，单位消耗量较上年有所提升。

③水的单位消耗量变化情况

公司对水的使用主要用于清洗等方面，并非公司主要生产原料，因此使用量不大，且与产品的产量关联性不强。

2、折旧及摊销

报告期内，随着公司不断对浙江、三水等生产基地进行固定资产投入，公司生产使用的固定资产原值不断增加，计提的折旧及摊销金额亦逐年增加，致使结转主营业务成本中的折旧及摊销金额逐年增加。报告期内，公司计提折旧及摊销与固定资产原值的匹配情况详见本反馈意见回复 12 四相关内容。

3、职工薪酬

报告期内，公司主营业务成本制造费用中的职工薪酬分别为 1,182.18 万元、1,875.41 万元、2,261.23 万元，主要是随着生产规模以及生产部门管理人员人数的增加而逐年增长。

4、修理费

报告期内，公司主营业务成本制造费用中的修理费分别为 620.49 万元、990.21 万元、1,080.46 万元，呈逐年上升趋势。2018 年起，公司高度重视工作环境的改善，除日常维护机器外，投入较多资金修缮厂区，如对道路、地坪进行修缮，因此，2018 年、2019 年，公司制造费用的修理费逐年提升。

5、租金

公司主营业务成本制造费用中的租金主要是广州奥昆、广州昊道租赁厂房的租赁费以及

放置原材料的外部仓库租赁费。报告期内，公司制造费用的租金分别为 572.73 万元、641.06 万元和 683.25 万元，呈稳定上升趋势。

6、运输费

报告期内，公司主营业务成本制造费用中的运输费分别为 196.06 万元、274.59 万元、285.80 万元，主要是厂区间原材料调仓所致。2018 年，公司运输费较 2017 年增加较多，主要是因为佛山厂区奶油产量由 2017 年 16,083.93 吨上升至 2018 年 19,793.90 吨，且 2018 年公司对冻库进行了较大规模的维修，导致厂区现有急冷冻库的容量不够，奶油生产完后需运至外仓进行急冻处理形成产成品，导致运输费用增加；2019 年，公司制造费用的运输费较上年保持稳定。

7、污水处理费

报告期内，公司主营业务成本制造费用中的污水处理费分别为 42.28 万元、330.12 万元、260.07 万元。

2018 年，公司污水处理费增长较快的主要原因有两方面：一方面，2018 年，公司南沙生产基地产量上升，污水排放量上升，公司聘请第三方污水处理机构协助公司进行污水处理，致使污水处理费用增加较快。另一方面，2018 年起，公司加强了对废水排放的管理力度，在三水生产基地新建污水处理设施，并聘请第三方污水处理机构协助进行污水处理。

2019 年，广州奥昆新增了污水处理设备，污水处理能力有所提升，无需聘请第三方污水处理机构。因此，2019 年公司污水处理费较 2018 年有所下降。

综上，报告期内各期，公司制造费用主要项目变动原因合理，不存在显著异常。

（二） 公司各类固定资产的折旧政策及期限，折旧政策是否合理、谨慎，匡算折旧费用计提是否充分，分配是否合理

1、公司各类固定资产的折旧及期限，折旧政策是否合理、谨慎

公司固定资产从达到预定可使用状态的次月起，采用年限平均法在使用寿命内计提折旧。各类固定资产的使用寿命、预计净残值和年折旧率如下：

类　　别	使用年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物	20	5	4.75
机器设备	5-10	5	19.00-9.50
运输设备	5-10	5	19.00-9.50
电子设备	3-5	5	31.67-19.00
其他设备	5-10	5	19.00-9.50

公司折旧政策及期限与同行业可比公司比较不存在显著差异，折旧政策合理、谨慎。具

体情况详见本问询回复问题 18 二相关内容。

2、匡算折旧费用计提是否充分，分配是否合理

报告期内，公司折旧匡算及分配总体情况如下：

单位：万元

类　　别	2019 年度			2018 年度			2017 年度		
	账面计提	匡算金额	差异	账面计提	匡算金额	差异	账面计提	匡算金额	差异
制造费用	2,244.48	2,249.90	-5.42	1,768.44	1,756.62	11.82	1,111.50	1,112.24	-0.74
销售费用	122.72	122.84	-0.12	110.83	109.52	1.31	62.51	62.53	-0.02
管理费用	204.67	202.21	2.46	113.42	112.77	0.65	88.29	88.27	0.02
研发费用	75.29	68.52	6.77	76.59	70.01	6.58	44.40	42.01	2.39
合计	2,647.16	2,643.47	3.69	2,069.28	2,048.92	20.36	1,306.70	1,305.06	1.64

公司对报告期期末固定资产原值进行匡算当期折旧金额，各成本费用应计金额与账面计提数差异较小。公司折旧计提及分配无重大异常。

折旧匡算以报告期各期末固定资产原值为基础计算，不包括当期减少固定资产。报告期内各期末固定资产原值匡算折旧过程如下：

2019 年度固定资产原值匡算折旧过程：

单位：万元

固定资产类别	制造费用		销售费用		管理费用		研发费用		合计	
	原值	应计折旧	原值	应计折旧	原值	应计折旧	原值	应计折旧	原值	应计折旧
房屋及建筑物	4,231.98	201.02			2,437.12	115.76			6,669.09	316.78
房屋及建筑物-当期新增	1,499.68	27.38			80.67	3.28			1,580.35	30.66
小计	5,731.65	228.40			2,517.79	119.04			8,249.44	347.44
机器设备 5 年	554.39	105.33	0.94	0.18	2.78	0.53	8.93	1.70	567.03	107.74
机器设备 10 年	16,016.72	1,521.59			5.32	0.51	319.30	30.33	16,341.33	1,552.43
机器设备-当期新增	4,821.43	94.81	10.59	0.50	1.85	0.15	10.14	0.70	4,844.00	96.17
机器设备-已提足	124.46	2.08					40.86	2.66	165.32	4.74
小计	21,516.99	1,723.81	11.53	0.68	9.94	1.19	379.23	35.39	21,917.69	1,761.07
运输工具 5 年	3.00	0.57	469.13	89.14					472.13	89.71
运输工具 10 年	244.98	23.27	94.10	8.94	81.83	7.77			420.91	39.99
运输工具-当期新增	65.47	1.27	113.88	5.27	86.36	1.04			265.71	7.59
运输工具 5 年-已提足	56.54	7.35	63.50	5.26	14.50				134.54	12.61
小计	369.99	32.47	740.61	108.60	182.69	8.82			1,293.29	149.88

固定资产类别	制造费用		销售费用		管理费用		研发费用		合计	
	原值	应计折旧	原值	应计折旧	原值	应计折旧	原值	应计折旧	原值	应计折旧
其他设备 5 年	784.70	149.09	6.97	1.32	63.09	11.99	84.05	15.97	938.80	178.37
其他设备 10 年	288.13	27.37							288.13	27.37
其他设备-当期新增	64.20	2.41	5.58	0.57	76.90	2.41	13.70	1.55	160.38	6.94
其他设备-已提足	33.79	1.50	0.21		17.75	0.70	8.76	0.79	60.50	2.98
小计	1,170.81	180.37	12.75	1.90	157.74	15.09	106.51	18.30	1,447.81	215.66
电子设备 3 年	77.27	24.47	21.81	6.91	70.38	22.29	32.80	10.39	202.26	64.05
电子设备 5 年	278.15	52.85	3.47	0.66	117.87	22.40	9.38	1.78	408.88	77.69
电子设备-当期新增	498.96	6.52	30.51	3.48	109.47	8.72	39.70	1.41	678.64	20.13
电子设备-已提足	15.74	1.02	3.61	0.62	28.92	4.67	8.21	1.25	56.48	7.55
小计	870.12	84.86	59.40	11.66	326.65	58.07	90.09	14.83	1,346.25	169.42
合计	29,659.56	2,249.90	824.29	122.84	3,194.82	202.21	575.83	68.52	34,254.49	2,643.47
账面计提数		2,244.48		122.72		204.67		75.29		2,647.16
差异		5.42		0.12		-2.46		-6.77		-3.69

2018 年度固定资产原值匡算折旧过程：

单位：万元

固定资产类别	制造费用		销售费用		管理费用		研发费用		合计	
	原值	应计折旧	原值	应计折旧	原值	应计折旧	原值	应计折旧	原值	应计折旧
房屋及建筑物	1,900.11	90.26			1,183.57	56.22			3,083.68	146.47
房屋及建筑物-当期新增	2,331.86	13.43			1,253.55	4.13			3,585.41	17.55
小计	4,231.98	103.68			2,437.12	60.35			6,669.09	164.03
机器设备 5 年	402.05	76.39			1.40	0.27	24.39	4.63	427.84	81.29
机器设备 10 年	9,082.39	862.83			1.24	0.12	448.48	42.61	9,532.11	905.55
机器设备-当期新增	7,006.53	489.43	0.94	0.10	5.46	0.18	43.94	1.59	7,056.87	491.31
机器设备-已提足	187.81	3.01					23.77	1.16	211.58	4.17
小计	16,678.79	1,431.66	0.94	0.10	8.10	0.57	540.57	49.99	17,228.40	1,482.32
运输工具 5 年	3.74	0.71	486.01	92.34					489.75	93.05
运输工具 10 年	264.70	25.15	80.61	7.66	81.83	7.77			427.14	40.58
运输工具-当期新增	22.60	1.42	24.28	1.41					46.88	2.83
运输工具 5 年-已提足	0.68		70.63	0.17	25.44	1.91			96.75	2.08
小计	291.72	27.27	661.53	101.58	107.27	9.68			1,060.52	138.54
其他设备 5 年	561.84	106.75	0.48	0.09	33.22	6.31	65.88	12.52	661.41	125.67

固定资产类别	制造费用		销售费用		管理费用		研发费用		合计	
	原值	应计折旧	原值	应计折旧	原值	应计折旧	原值	应计折旧	原值	应计折旧
其他设备-当期新增	527.90	35.41	6.49	0.71	34.91	1.35	25.16	2.22	594.46	39.70
其他设备-已提足	110.39	0.50	0.21		13.56		3.16		127.32	0.50
小计	1,200.13	142.66	7.17	0.81	81.69	7.66	94.19	14.74	1,383.19	165.87
电子设备 3 年	94.36	29.88	15.10	4.78	60.90	19.28	11.49	3.64	181.85	57.59
电子设备 5 年	58.41	11.10	1.08	0.20	39.00	7.41	1.87	0.35	100.35	19.07
电子设备-当期新增	233.13	9.67	11.31	1.75	107.24	6.93	10.46	0.92	362.14	19.28
电子设备-已提足	10.13	0.69	1.40	0.29	10.66	0.90	2.49	0.36	24.67	2.23
小计	396.03	51.34	28.89	7.03	217.80	34.52	26.30	5.28	669.02	98.16
合计	22,798.65	1,756.62	698.53	109.52	2,851.97	112.77	661.06	70.01	27,010.22	2,048.92
账面计提数		1,768.44		110.83		113.42		76.59		2,069.28
差异		-11.82		-1.31		-0.65		-6.58		-20.36

2017 年度固定资产原值匡算折旧过程：

单位：万元

固定资产类别	制造费用		销售费用		管理费用		研发费用		合计	
	原值	应计折旧	原值	应计折旧	原值	应计折旧	原值	应计折旧	原值	应计折旧
房屋及建筑物	95.50	4.54			466.64	22.17			562.13	26.70
房屋及建筑物-当期新增	1,804.62	71.43			716.93	28.38			2,521.55	99.81
小计	1,900.11	75.97			1,183.57	50.54			3,083.68	126.51
机器设备 5 年	392.89	74.65			13.21	2.51	31.72	6.03	437.81	83.18
机器设备 10 年	7,187.84	682.84			59.35	5.64	292.82	27.82	7,540.01	716.30
机器设备-当期新增	2,429.86	112.02					76.40	0.67	2,506.26	112.69
机器设备-已提足	108.64	2.46			5.16	0.12	11.28		125.08	2.59
小计	10,119.22	871.98			77.71	8.27	412.22	34.52	10,609.15	914.76
运输工具 5 年	184.81	35.11							184.81	35.11
运输工具 10 年	157.37	14.95	90.43	8.59	47.53	4.52			295.33	28.06
运输工具-当期新增	103.92	7.73	349.83	50.71	15.94	0.69			469.69	59.12
运输工具 5 年-已提足	0.68		62.72	0.42	0.41				63.81	0.42
小计	446.77	57.79	502.98	59.72	63.89	5.20			1,013.64	122.71
其他设备 5 年	405.12	76.97	0.48	0.09	35.90	6.82	14.32	2.72	455.82	86.61

固定资产类别	制造费用		销售费用		管理费用		研发费用		合计	
	原值	应计折旧	原值	应计折旧	原值	应计折旧	原值	应计折旧	原值	应计折旧
其他设备-当期新增	168.67	4.99			1.66	0.20	43.15	1.00	213.48	6.19
其他设备-已提足	103.11	0.12	0.21		13.56	0.35	2.78	0.03	119.66	0.49
小计	676.90	82.07	0.69	0.09	51.11	7.37	60.26	3.75	788.96	93.28
电子设备 3 年	12.17	3.85	3.61	1.14	24.86	7.87	7.41	2.35	48.05	15.22
电子设备 5 年	37.17	7.06	0.24	0.04	12.15	2.31	1.06	0.20	50.62	9.62
电子设备-当期新增	124.64	12.44	15.50	1.38	62.27	5.32	5.91	1.17	208.32	20.31
电子设备-已提足	9.77	1.07	9.94	0.16	30.86	1.39	6.25	0.02	56.82	2.65
小计	183.76	24.43	29.28	2.72	130.13	16.89	20.64	3.74	363.81	47.79
合计	13,326.77	1,112.24	532.95	62.53	1,506.40	88.27	493.12	42.01	15,859.24	1,305.06
账面计提数		1,111.50		62.51		88.29		44.40		1,306.70
差异		0.74		0.02		-0.02		-2.39		-1.64

六、 结合自身的运营模式，披露营业成本的核算及结转方法，主营业务成本与采购、存货的勾稽关系，成本核算的过程和控制的关键环节，成本核算的规范性、准确性。

（一）结合自身的运营模式，披露公司成本核算方法及结转方法

公司存货主要包括原材料、库存商品、发出商品、委托加工物资等。存货在取得时按实际成本计价，存货成本包括采购成本、加工成本和其他成本。领用和发出时按加权平均法计价。

公司产品生产成本采用品种法核算，成本核算以产品品种为成本对象，产品生产成本分为直接材料、直接人工和制造费用。

1、各类产品的生产成本

公司库存商品包括自行生产、委托加工及外购入库。

（1）自行生产库存商品

直接材料包括生产开始时一次投入的原料和辅助材料。各车间统计员每日在供应链系统中根据生产订单按照BOM表配方生成生产领料单经生产主管、生产经理或仓库主管审核后，打印两份至仓库领料，仓库发料员按照材料剩余保质期领用配料，并及时登记物料卡；发料后车间领料员与仓库发料员在生产领料单签字确认，仓库人员将领料单送交财务部成本会计审核；成本会计核对系统数据和原始单据后，于月末在财务软件系统编制材料发出记账凭证，并提交财务经理审核后生成材料领用相关科目明细账、总账。

直接人工归集每月生产人员的薪酬，费用会计根据人事部提供的工资明细对薪酬按照部门分配至生产成本-直接人工、制造费用、管理费用、销售费用及研发费用，在财务软件系统录入记账凭证，提交财务负责人审核计入生产成本明细账、总账。

制造费用归集车间管理人员的薪酬、生产所用资产的折旧、能源消耗（水、电、天然气）、修理费和物料消耗等，费用会计核对业务部门提交的原始单据，确认无误后在财务软件系统录入记账凭证，提交财务经理审核计入生产成本明细账、总账。

公司自制产品入库应当办理检验手续，由品控部门依照产品质量标准进行检测，并出具相应的检测报告，产品合格后方可出库销售。仓库人员依照生产订单根据实际收货数量在供应链系统填写产品入库单或其他入库单据，完成入库手续。

（2）委托加工物资

公司存在少量委托加工，委托加工产品主要系表情逗、冷冻水果、防潮糖粉、起酥类及巧克力五类。由公司提供产品标准和技术资料，受托方根据公司提供的原材料进行生产加工的模式，该模式下，公司向受托方支付加工费，委托加工物资的成本为材料成本与加工费。

委托加工物资发出包括采购后直接由供应商送至外协厂签收和由公司仓库发料两种情

况：

①委外加工物资的原料由供应商直接送至外协厂加工的，外协厂收到送货单后编制采购入库单并加盖外协厂收货章，拍照回传至电商部或直销部核对，电商部或直销部核对单据及采购订单一致后，通知仓储部门在供应链系统录入采购入库单、采购部门录入委外订单，采购入库单由采购经理审核。外协厂需每周邮寄一次送货单和已盖外协厂章的采购入库单至财务部应付会计审核，财务部成本会计核对原件及供应链数据一致后，审核委外订单。仓库文员据此生成材料出库单，经仓储经理审核。

②委外加工物资的原料由公司仓库发货的，由仓库人员在供应链系统根据厂长已审核的委外订单录入材料出库单并打印六份（由司机送至外协厂签收后，黄联交外协厂，白联交财务部成本会计审核，其他联交仓库留底），发料时，发料员及物流司机在材料出库单上签字确认，经仓库班长或仓储经理审核后，将已签字确认的材料出库单移交财务部成本会计审核。

月末，财务部成本会计核对系统数据和原始单据后，在财务软件系统编制材料发出记账凭证，并提交财务经理审核后生成存货等相关科目明细账、总账。

委外物资加工完成后，品控人员和仓库人员对委外入库物资进行验收，品控人员根据验收标准检验，重点关注生产日期、批次、质量等；仓库人员核对入库数量、品种是否与送货单一致，检查包装是否完好无损；验收合格后，品控人员与仓库人员在送货单上签字确认，一式三联，一联由送货方收回，一联由仓库或采购存档，一联由仓库人员在供应链系统录入采购入库单后移交财务部应付会计审核；财务部应付会计核对系统数据和原始单据后，于月末在财务软件系统编制委外材料核销和委托加工费记账凭证，并提交财务经理审核后生成存货等相关科目明细账、总账。

（3）外购库存商品

公司在报告期内外购的库存商品主要是挞液、稀奶油、巧克力和冷冻水果，其中挞液配合挞皮类产品进行销售，稀奶油、巧克力和冷冻水果为公司产品体系的补充。该类产品的成本主要是以购买价加运费、装卸费、保险、包装及仓储费用，运输中的合理损耗及其他相关费用计入成本。

采购入库的成品，由品控人员和仓库人员共同进行验收，品控人员根据验收标准检验，重点关注生产日期、批次、质量等；仓库人员核对入库数量、品种是否与送货单一致，检查包装是否完好无损；验收合格后，品控人员与仓库人员在送货单上签字确认，一式三联，一联由送货方收回，一联由仓库或采购存档，一联由仓库人员在供应链系统录入采购入库单后移交财务部应付会计审核；财务部应付会计核对系统数据和原始单据后，于月末在财务软件系统编制成品采购入库记账凭证，并提交财务经理审核后生成存货等相关科目明细账、总账。

2、生产成本的分配及归集

月末，成本会计根据生产领料汇总数据按品种法对生产成本进行分配，将实际耗用材料在当月完工的不同产成品类别中分配。按照费用会计核算的直接人工和制造费用按照标准总工时分配至各产品，编制产品成本计算表，提交财务经理审核后，确认各个产成品的生产成本。

3、商品入库

由于公司生产冷冻烘焙食品、奶油、水果制品、酱料，从投料到完工入库当天完成，期末无半成品和在产品，成本会计确认各个产成品的成本后，在财务软件系统将生产成本结转至库存商品。

4、营业成本的计算和结转

成本会计根据当月销售出库单汇总数据，将库存商品结转至发出商品；再根据当月签收汇总表或客户结算单，经核对发出商品与签收汇总表之间的差异及原因后，确认当月营业收入，结转发出商品至当月营业成本，并编制生成记账凭证，经财务经理审核后生成生产成本、发出商品、库存商品、营业收入、营业成本等相关科目明细账和总账。

5、主要会计处理如下：

（1）材料或外购库存商品入库：

借：原材料、库存商品

　　应交税费－进项税

　　贷：应付账款

（2）委托加工处理领用材料

借：委托加工物资

　　贷：原材料

外协加工完成后，仓库验收办理入库

票到

借：委托加工物资－加工费

　　应交税费-增值税-进项税额

　　贷：应付账款-外协厂

借：库存商品

　　贷：委托加工物资－材料及加工费

票未到

借：库存商品

贷：应付账款-外协厂

委托加工物资－材料

（3）发生制造费用

借：制造费用

贷：应付职工薪酬、其他应付款、银行存款等

（4）材料领用及成本分配

借：生产成本

销售费用、研发费用等相关科目（其他部门领材料）

贷：原材料、应付职工薪酬、制造费用

（5）完工产品入库

借：库存商品

贷：生产成本

（6）发出商品

借：发出商品

贷：库存商品

（7）结转销售成本

借：营业成本

贷：发出商品

综上，公司成本核算及结转方法合理，符合自身的运营模式。

（二）主营业务成本与采购、存货的勾稽关系

报告期内，公司主营业务成本与采购、存货的勾稽关系如下表所示

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
存货（期初－期末）	454.51	-2,164.45	-2,047.93
当期外购存货	78,303.47	71,335.75	54,733.43
生产成本－人工	6,157.97	5,339.67	4,202.70
制造费用	10,238.11	9,741.59	6,692.17
委托加工费	58.80	73.06	66.35
销售费用领用存货	-329.18	-338.25	-122.94
管理费用领用存货	-223.95	-251.57	-65.80
研发费用领用存货	-1,330.95	-1,460.49	-1,417.12

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
其他领用存货	-87.51	-69.63	
期初存货减值转销冲成本	-96.81	-81.29	
试运行期成本计入在建工程			-423.43
结转成本	93,144.46	82,124.39	61,617.42
主营业务成本	92,966.75	81,868.04	61,862.53
差异	177.71	256.35	-245.11
差异占比	0.19%	0.31%	-0.40%

从上表可以看，主营业务成本与采购、存货的发生数的匹配性不存在重大异常。

（三）成本核算的过程和控制的关键环节，成本核算的规范性、准确性

1、材料采购

计控部人员根据生产计划、物料采购周期及现存量在供应链系统提交请购单，经另一位计控部人员或采购部门审批后；采购专员根据请购单内容，选择对应选定的供应商、物料品种和数量，在供应链系统生成采购订单，经采购经理审批后，采购专员进行采购。

材料验收由品控人员和仓库人员共同验收，品控人员根据验收标准检验，重点关注生产日期、批次、质量等；仓库人员核对入库数量、品种是否与送货单一致，检查包装是否完好无损；验收合格后，品控人员与仓库人员在送货单上签字确认，一式三联，一联由送货方收回，一联由仓库或采购存档，一联由仓库人员在供应链系统录入采购入库单后移交财务部应付会计审核；财务部应付会计核对系统数据和原始单据后，于月末在财务软件系统编制材料采购入库记账凭证，并提交财务经理审核后生成存货等相关科目明细账、总账。

2、生产领料

针对各产品，总经办按技术部门提供的各产品的标准投料的BOM表录入至供应链系统，车间人员每日根据供应链系统的生产订单按各产品 BOM 用料生成材料出库单并打印，材料出库单一式两份（一份给仓库部门，一份给生产部门），仓储部门见单发料，如因损耗或其他原因需要额外领料，车间人员需要填写相应的领料申请单据，经生产主管、生产经理或仓库主管批准之后凭领料单到仓库领料。

3、成本归集

月末，成本会计核对供应链系统数据和原始单据一致后，按品种法对生产成本进行分配，根据生产领料汇总数据按照材料配方成本将实际耗用材料在当月完工的不同产成品类别中分配；费用会计核查工资表及制造费用原始单据一致后，按标准工时分配各产品实际发生人工和制造费用。具体计算过程如下：

（1）计算单一产成品耗用的各主要材料、辅料配方成本及配方单价

①单一产成品耗用的各主要材料配方成本及配方单价

根据BOM表中各主要材料的配方单价和配方成本计算得出单一产成品耗用的各主要材料的配方成本及配方单价，即：

单一产成品耗用的各主要材料的配方单价=BOM 表中单一产成品耗用的各主要材料的配方单价加总；

单一产成品耗用的各主要材料的配方成本=BOM 表中单一产成品耗用的各主要材料的配方成本加总；

②单一产成品耗用的各辅料配方成本及配方单价

单一产成品耗用的各辅料配方单价=单一产品耗用的各类材料的配方单价-单一产成品耗用的各主要材料配方单价；

单一产成品耗用的各辅料配方成本=单一产品耗用的各类材料的配方成本-单一产成品耗用的各主要材料配方成本；

（2）计算单一产成品耗用的各主要材料的实际成本及实际单位单价

①根据单一产成品的各类主要材料的配方成本权重占比对各产成品的实际耗用主要材料进行分配，即单一产成品实际耗用的 A 类原材料实际成本=单一产成品耗用 A 类原材料的配方成本/所有产成品耗用 A 类原材料的配方成本*所有产成品实际耗用 A 类原材料的总金额；

②将单一产成品耗用的各类原材料的实际成本加总，即为单一产成品耗用主要材料的实际成本；

③单一产成品耗用的各类原材料的实际单位单价=单一产成品耗用主要材料的实际成本/产量

（3）计算单一产成品耗用的辅料的实际成本及实际单位单价

①根据单一产成品的各类辅料的配方成本权重占比对各产成品的实际耗用辅料进行分配，即单一产成品实际耗用的辅料实际成本=单一产成品耗用辅料的配方成本/所有产成品耗用辅料的配方成本*所有产成品实际耗用辅料的总金额；

②将单一产成品耗用的辅料的实际成本加总，即为单一产成品耗用辅料的实际成本；

③单一产成品耗用的辅料的单位实际成本=单一产成品耗用辅料的实际成本/产量

（4）计算单一产成品耗用的所有原材料的实际成本及实际单位单价

单一产成品耗用的所有原材料的实际成本=单一产成品耗用的各主要材料的实际成本+单一产成品耗用的辅料的实际成本

单一产成品耗用的所有原材料的实际单位单价=（单一产成品耗用的各主要材料的实际成本+单一产成品耗用的辅料的实际成本）/产量

（5）直接人工和制造费用的分配

直接人工/制造费用的分配按照产成品的标准工时进行分配，即单一产成品耗用直接人工和制造费用=单一产成品耗用的标准工时/所有产成品耗用的标准总工时*实际发生的直接人工/制造费用。

（6）计算总成本

单一产品的实际成本=单一产成品耗用的所有原材料的实际成本+单一产成品耗用直接人工+单一产成品耗用的制造费用

成本计算完成后生成成本计算汇总表，提交财务经理审核后，确认各个产成品的生产成本。成本会计及费用会计在财务软件系统编制生产成本记账凭证，并提交财务经理审核后生成存货等相关科目明细账、总账。

由于公司生产冷冻烘焙食品、奶油、水果制品、酱料，从投料到完工入库当天完成，故无半成品和在产品，成本会计确认各个产成品的成本后，在财务软件系统将生产成本结转至库存商品。

配方成本及标准工时的制订：公司研发部填写《新品增加单》进行立项，对产品进行试验、小试、中试、测试、工试后填写配方工艺接收登记表，记录配方交接的信息，提交总经办审核并更新 BOM 表。在产品研发结束后一年时进行跟踪调查，由质量部、市场部或产品部编写终评报告；财务部给出产品一年生产投放市场的 PL 表分析；公司技术管理部进行终评报告评审，根据终评报告，对现行产品研发过程管理流程进行分析，决定如何改进。

4、商品入库

公司商品分为自制、外购及委托加工。

（1）外购商品

由品控部门和仓储部门共同验收合格后方可办理入库。品控部门依照验收标准对供应商送货进行检验，记录检验结果，验收不合格及时向采购部门反馈；仓储部门根据供应链系统的采购订单核实供应商送货单数量、实际送货数量是否一致；验收合格后仓管、品控在供应商送货单签字确认，仓库人员在供应链系统选定对应的采购订单，填写采购入库单，采购入库单自动链接对应的采购单价，经仓储部门和品控部门的审批后完成入库。

（2）委托加工物资

①采购部在供应链系统下委外订单，仓库根据供应链系统的委外订单填制材料出库单，仓库主管审核后发料，原材料发出到外协厂商

②外协加工完成后，仓库和品控验收办理入库，同时仓库在供应链系统生成采购入库单，采购入库单自动链接采购部根据委外合同预设的产品单价，经仓储部门和品控部门的审批后完成入库。

（3）自制商品

月末，财务部成本会计根据生产文员编制的生产月报表核对供应链系统中当月成品入库类别及数量后，进行手工成本核算，按公司成本核算的分摊方法预设计算公式，将生产成本的料工费在当月完工的不同产成品类别中分配，由此生成生产成本计算表及生产成本分配表。经财务经理审核后，将每个产品的分配结果录入供应链系统，分配至各个产成品入库单中。

5、商品出库

产品销售出库，仓库人员需要根据供应链系统里经客服主管审批的销售订单在供应链系统填写销售发货单，仓库主管审批后，物流部排车出仓送货，仓库发货员根据物流部的排车表点货装车。

月末，成本会计根据供应链系统生成的出库明细表进行会计处理，供应链系统自动加权平均计算库存商品发出成本，成本会计将库存商品计入发出商品。

6、成本结转

各月末，成本会计根据收入确认明细表的产品品种，与发出商品的产品匹配成本，结转对应的营业成本。

7、存货减值

资产负债表日，公司存货按成本与可变现净值孰低计量，存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备，计入当期损益。公司确定存货的可变现净值，以取得的确凿证据为基础，并且考虑持有存货的目的、资产负债表日后事项的影响等因素。

存货减值具体情况详见本问询回复问题 17 四相关内容。

综上所述，公司成本控制内控健全并有效执行，营业成本的核算及结转方法规范、准确，符合《企业会计准则》规定。

申报会计师执行的核查程序及核查意见。

针对上述问题，申报会计师执行的主要核查程序如下：

1、获取公司采购明细账，成本明细账，核查公司成本占比的变动情况；核查了各大类产品主营业务成本中各构成项目的变动情况；

2、 分析公司原材料、包装材料采购量与相应产品产出量的匹配情况，了解公司原材料、包装材料采购金额的变动原因；

3、 获取公司供应商选择及定价相关的制度文件，查阅公司系统，将公司采购单价与系统中记录的其他供应商的报价信息进行比对，分析是否存在显著差异；

4、 通过全国企业信用信息公示系统查询公司主要供应商的相关信息，核查其主要人员是否与公司的股东、董监高及其关系密切的家庭成员存在关联关系，获取主要供应商出具的无关联关系声明函；

5、 访谈公司相关生产负责人、技术负责人，了解公司主要产品的主要技术指标、查看公司生产工艺流程、了解主要工艺流程设计的主要原材料、查看主要设备运转情况、了解主要的工艺技术及生产周期；

6、 向公司了解产品的主要生产阶段涉及的主要成本核算对象及其成本费用项目的性质，各类成本、费用项目归集、分配和结转的具体方法，分析成本核算对象的设置、各类成本、费用项目归集、分配和结转的具体方法是否与生产流程相适应；

7、 通过询问、检查等程序了解公司原材料的采购流程、主要产品的生产流程、成本核算流程等相关内部控制，评价内部控制是否有效且是否一直被执行；

8、 统计制造费用构成明细，并对主要项目的波动进行分析；

9、 获取公司 BOM 表，抽查成本计算单，检查直接材料、直接人工及制造费用的计算和分配是否正确，并与有关佐证文件相核对，复核生产成本的计算和结转的准确性和合理性；

10、获取并复核生产成本明细汇总表，将直接材料与进销系统材料领用汇总表、直接人工与职工薪酬分配表、制造费用总额与制造费用明细表及相关账项的明细表核对；

11、关注公司是否通过将应计入生产成本的支出计入期间费用，或将应计入期间费用的支出计入生产成本等手段调节生产成本；

12、分析报告期内各期成本变动并细化分析各产品的成本、单位成本变动；获取了公司的存货明细、营业成本明细，抽查部分产品《生产成本计算表》《制造费用分配表》；

13、对存货发货进行计价测算，核实公司发货计算是否正确；

14、在出库记录中选取资产负债表日前后的凭证，与库存商品明细账的贷方发生额进行核对，以确定库存商品出库被记录在正确的会计期间；

15、编制成本倒轧表，检查成本与存货的勾稽关系；

16、了解公司折旧政策并与同行业可比公司进行对比，核查其政策制订的合理性及谨慎性；

17、根据公司折旧政策及各资产的使用时间，测算当期应计入成本费用的折旧金额是否正确。

经核查，申报会计师认为：

1、 报告期各期，公司主营业务成本各构成项目变动原因真实、合理；

2、 报告期各类原材料、包装材料占公司成本比重及占同期相关产品成本比重的变动原因真实、合理；

3、 公司原材料、包装材料采购金额变动的原因真实、合理，主要产品原材料、包装材料采购量与相应产品产出量及收入的匹配关系良好；

4、 公司原材料、包装材料的采购单价公允；采购单价变动的原因合理，与市场价格变动情况及同行业可比公司情况不存在显著差异；

5、 公司制造费用变动合理，固定资产折旧政策合理，政策及期限制定与同行业可比公司不存在显著异常，匡算的折旧费用计提充分，分配合理；

6、 公司主营业务成本与采购、存货相匹配；

7、 公司成本核算方法符合《企业会计准则》及其应用指南的相关规定，与企业生产流程相适应；公司成本核算相关的内控措施完善并得到执行，成本核算规范、准确。

问题 13、报告期内发行人毛利率逐年上升。请发行人补充披露：（1）分别披露经销、直销、零售模式下公司产品毛利率情况，并对变化情况进行分析；（2）结合销售数量、销售均价、单位成本、原材料和包装材料价格变动等相关情况，进一步量化披露各类细分产品毛利率及公司综合毛利率变动的原因，是否符合行业整体情况；（3）结合公司和同行业产品结构、采购模式和销售模式、单位产品成本和价格等等因素，详细披露公司各产品毛利率与同行业可比公司平均值差异的原因及合理性。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、 分别披露经销、直销、零售模式下公司产品毛利率情况，并对变化情况进行分析；

报告期内，公司不同销售模式下，产品毛利率情况如下：

产品大类	销售模式	2019 年度	2018 年度	2017 年度
冷冻烘焙食品	经销	40.85%	35.60%	34.23%
	直销	44.45%	39.16%	35.54%
	零售	30.39%		42.81%
冷冻烘焙食品合计		41.66%	36.39%	34.51%
奶油类	经销	49.03%	43.03%	42.77%
	直销	28.28%	27.01%	34.27%

	零售	29.63%	-1.09%	-76.04%
奶油类合计		46.98%	41.22%	41.71%
水果类	经销	31.39%	31.84%	28.63%
	直销	39.39%	45.37%	35.30%
	零售	47.62%	46.68%	44.41%
水果类合计		32.75%	34.41%	29.93%
酱料	经销	41.08%	43.63%	34.41%
	直销	43.26%	46.17%	30.19%
	零售			
酱料合计		41.22%	43.81%	34.02%

（一）冷冻烘焙食品不同销售模式下的毛利率分析

1、不同销售模式下毛利率的差异比较

报告期内，冷冻烘焙食品基本通过经销、直销两种渠道进行销售。通常情况下，经销商需要向下游继续销售，需要给予其一定的价格空间，故一般情况下，直销客户的产品毛利率略高于经销客户。

2、不同销售模式下冷冻烘焙食品毛利率变动情况

随着公司冷冻烘焙食品整体毛利率的逐年上升，其在经销、直销模式下的毛利率均逐年上升。冷冻烘焙食品毛利率变动原因详见本问询回复问题 13 二相关内容。

零售不是公司的主要销售模式，冷冻烘焙食品的零售主要是公司在电商渠道上的市场尝试，因此，销售的产品种类不多且不固定，金额也不大。2017 年，通过零售模式销售的冷冻烘焙食品主要是在电商渠道销售的丹麦系列、起酥类产品，上述产品毛利率高于冷冻烘焙食品整体水平，详见本问询回复问题 13 二相关内容。因此，2017 年，冷冻烘焙食品零售模式下毛利率高于经销、直销模式。2018 年，公司未通过电商渠道销售冷冻烘焙食品。2019 年，通过电商渠道销售的冷冻烘焙食品主要为挞皮，挞皮因产品成熟，工艺简单，市场竞争度程度高，单品毛利率低于冷冻烘焙食品整体毛利率，因此，2019 年，冷冻烘焙食品零售模式下毛利率低于经销、直销模式。

（二）奶油类产品不同销售模式下的毛利率分析

1、不同销售模式下毛利率的差异比较

报告期内，奶油类产品直销模式毛利率低于经销模式。稀奶油为公司外购产品，毛利率远低于自制产品，且稀奶油的主要销售对象为北京味多美、幸福西饼等规模较大的直销客户，因此，稀奶油在直销模式下的销量较高，拉低了直销模式下奶油类产品的毛利率。

公司零售模式下销售的奶油类产品主要是电商平台销售的稀奶油，其因配送难度较大，销量较低，且电商销售促销活动较多，对毛利率影响较大。因此，奶油类产品在零售模式下的毛利率波动较大。

报告期内，直销、经销、零售模式下，稀奶油的销量占奶油类产品比例情况如下：

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
经销	3.84%	4.16%	2.07%
直销	28.36%	24.00%	16.99%
零售	91.69%	100.00%	100.00%

2、不同销售模式下奶油类产品毛利率变动情况

报告期内，经销模式是公司奶油产品的主要销售方式，随着奶油类产品毛利率逐年上升，奶油类产品在经销模式下的毛利率亦逐年上升。奶油类产品毛利率变动情况详见本问询回复问题 13 二相关内容。

报告期内，奶油类产品在直销模式下的毛利率逐年降低，主要是因为直销模式下，稀奶油销量占比逐年增加，致使直销模式下的奶油类产品毛利率逐年降低。

报告期内，公司零售模式下销售的奶油类产品主要为稀奶油。2017 年，公司开始尝试在网上销售稀奶油产品，为打开市场，采取了较大的促销力度，因此，其毛利率较低。随着消费者对其认可度逐渐增加，公司促销力度逐年放缓，零售模式下奶油类产品销售毛利率逐年上升。

（三）水果制品不同销售模式下的毛利率分析

1、不同销售模式下毛利率的差异比较

报告期内，公司水果制品直销模式下的毛利率高于经销模式，主要是直销模式与经销模式下的产品结构差异所致。果溶为公司水果制品中的高端产品，毛利率较高，果溶的销售占比变化，对水果制品的毛利率变动有着较为明显的影响。公司果溶的主要销售客户为幸福西饼，系公司直销客户，因此果溶在直销模式下的销量占比高于经销模式，致使水果制品在直销模式下毛利率高于经销模式，详情如下：

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
直销模式下果溶销售重量占水果制品比例	19.00%	26.06%	17.28%
经销模式下果溶销售重量占水果制品比例	4.23%	4.60%	4.34%
果溶毛利率	56.43%	57.43%	54.68%
水果制品毛利率	32.75%	34.41%	29.93%
水果制品经销模式毛利率	31.39%	31.84%	28.63%
水果制品直销模式毛利率	39.39%	45.37%	35.30%

2、不同销售模式下水果制品毛利率变动情况

报告期内，公司水果制品主要通过经销模式销售，因此水果制品毛利率在经销模式下变动趋势与水果制品整体毛利率变动趋势一致，水果制品毛利率变动情况详见本问询回复问题13二相关内容。

报告期内，水果制品直销模式毛利率变动与果溶的销售量占比有关。2018年，因直销客户幸福西饼对果溶采购量增加，致使直销模式下果溶销售重量占水果制品比例增加，拉高了直销模式下水果制品的毛利率；2019年，随着幸福西饼采购量下降，直销模式下果溶销售重量占水果制品比例下降，直销模式下水果制品的毛利率亦有所下降。

报告期内，公司通过零售销售的水果制品主要为果泥，其采用常温储存，运输方便，是公司线上销售的主要产品。线上销售直接面向终端消费者，价格高于批发价，因此水果制品零售模式的毛利率较高。同时，随着报告期内果泥单位成本的降低，水果制品在零售模式下的毛利率逐年上升。

（四）酱料类产品不同销售模式下的毛利率分析

1、不同销售模式下毛利率的差异比较

2017年，肉松小贝产品在市场中热销，公司开发了肉松小贝专用沙拉酱产品。因开发初期，使用了价格较高的油脂，成本较高，因此肉松小贝专用沙拉酱毛利率较低，仅为21.55%。2017年，肉松小贝专用沙拉酱主要销售给直销客户，拉低了酱料类产品直销模式的毛利率。因此，2017年，酱料类产品直销模式的毛利率低于经销模式。

公司酱料类产品分渠道定价，不同渠道的价格有所不同。2018年、2019年，直销客户的毛利率略高于经销模式，主要是让利经销商，其销售价格略低于直销客户所致。

2、不同销售模式下酱料类产品毛利率变动情况

酱料类产品主要销售模式为经销，酱料类产品经销模式的毛利率随着酱料类产品整体毛利率变动趋势而变动，酱料类产品毛利率变动情况详见本问询回复问题13二相关内容。

直销模式下，酱料类2018年毛利率上升较快，主要是因为随着公司对肉松小贝专用沙拉酱产品的生产技术已趋于成熟，不再使用较贵的油脂，生产成本降低，毛利率上升至正常水平。2019年，随着酱料类产品整体毛利率的下降，其直销模式下毛利率亦略有下降。

二、 结合销售数量、销售均价、单位成本、原材料和包装材料价格变动等相关情况，进一步量化披露各类细分产品毛利率及公司综合毛利率变动的原因，是否符合行业整体情况；

报告期内，公司综合毛利率逐年增加，主要是因为主营业务毛利率逐年增加所致。报告期内，公司各大类产品毛利率以及对公司主营业务毛利率的贡献率情况如下：

项目	2019 年度			2018 年度			2017 年度		
	收入占比	毛利率	毛利率贡献率	收入占比	毛利率	毛利率贡献率	收入占比	毛利率	毛利率贡献率
奶油类	24.01%	46.98%	11.28%	26.25%	41.22%	10.82%	28.11%	41.71%	11.73%
冷冻烘焙食品	46.66%	41.66%	19.44%	41.92%	36.39%	15.26%	37.57%	34.51%	12.97%
水果类	12.13%	32.75%	3.97%	13.26%	34.41%	4.56%	16.89%	29.93%	5.05%
酱料类	6.85%	41.22%	2.82%	7.31%	43.81%	3.20%	5.62%	34.02%	1.91%
其他类	10.35%	36.18%	3.75%	11.25%	33.37%	3.76%	11.81%	29.77%	3.52%
合计	100.00%	41.26%	41.26%	100.00%	37.60%	37.60%	100.00%	35.17%	35.17%

报告期内，公司主营业务毛利率逐年上升，主要是各大类产品的毛利率及收入占比变动，致使其对公司的毛利率贡献率逐年变化所致。其中，冷冻烘焙食品在报告期内的销售占比、毛利率均逐年增长，其对公司主营业务毛利率的贡献率亦逐年提高，是公司主营业务毛利率逐年增长的主要驱动因素。

公司产品种类众多，尤其是冷冻烘焙食品、水果制品等均存在较多品类。冷冻烘焙食品分为甜甜圈系列、挞皮类、起酥类、丹麦系列、饼类、蛋糕系列等细分品类；水果制品分为果馅、果溶、果泥等细分品类。而各细分品类下，往往也由几种至几十种不同种品规的产品组成。不同产品的毛利率各异，因此，除产品原材料价格变动因素外，产品结构的变化对公司各大类、各细分类别产品的毛利率也具有较为显著的影响。

（一）冷冻烘焙食品毛利率变动分析

报告期内，公司冷冻烘焙食品各细分产品的收入占比、毛利率以及对冷冻烘焙食品的毛利率贡献率情况如下：

冷冻烘焙食品细分产品	2019 年度			2018 年度			2017 年度		
	收入占比	毛利率	毛利率贡献率	收入占比	毛利率	毛利率贡献率	收入占比	毛利率	毛利率贡献率
甜甜圈系列	25.62%	56.25%	14.41%	25.55%	51.46%	13.15%	19.05%	58.22%	11.09%
挞皮类	30.54%	32.63%	9.97%	33.48%	25.79%	8.63%	40.41%	25.41%	10.27%
起酥类	19.27%	41.88%	8.07%	18.11%	42.17%	7.64%	19.38%	42.13%	8.17%
丹麦系列	7.94%	48.41%	3.84%	8.76%	42.50%	3.72%	8.34%	31.35%	2.61%
饼类	10.50%	31.24%	3.28%	8.72%	28.05%	2.45%	9.48%	21.22%	2.01%

冷冻烘焙食品细分产品	2019 年度			2018 年度			2017 年度		
	收入占比	毛利率	毛利率贡献率	收入占比	毛利率	毛利率贡献率	收入占比	毛利率	毛利率贡献率
蛋糕系列	5.94%	33.79%	2.01%	5.37%	14.82%	0.80%	3.33%	10.88%	0.36%
其他	0.19%	42.78%	0.08%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
合计	100.00%	41.66%	41.66%	100.00%	36.39%	36.39%	100.00%	34.51%	34.51%

2018 年，冷冻烘焙食品的毛利率由上年的 34.51%增长至 36.39%。虽然甜甜圈的毛利率有所下降，但其毛利率高于冷冻烘焙食品整体水平，随着甜甜圈收入占冷冻烘焙食品的比例由上年的 19.05%增长至 25.55%，拉高了冷冻烘焙食品的整体毛利率；同时，丹麦产品的毛利率由上年的 31.35%上升至 42.50%，亦拉高了冷冻烘焙食品的整体毛利率。因此，2018 年，冷冻烘焙食品的毛利率较上年有所提升。

2019 年，除起酥产品毛利率较上年略有下降外，公司冷冻烘焙食品各细分产品毛利率均较上年有所增加，致使冷冻烘焙食品整体毛利率较上年增加了 5.27%。

冷冻烘焙食品细分产品众多，公司不断推陈出新，且面粉等主要原材料价格波动较小，因此，冷冻烘焙食品各细分产品的毛利率变动，主要是由于其产品内部结构变化导致。报告期内，公司冷冻烘焙食品各细分产品的毛利率变动情况如下：

1、甜甜圈毛利率变动分析

报告期内，公司甜甜圈单位售价、单位直接材料成本、单位直接人工、单位制造费用变动情况如下：

单位：元/KG

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	较上年变动	金额	较上年变动	金额
单位直接材料	8.77	-4.23%	9.16	13.39%	8.08
单位人工	0.83	-17.82%	1.02	5.49%	0.96
单位制造费用	1.63	-15.17%	1.92	61.55%	1.19
单位总成本	11.23	-7.10%	12.09	18.24%	10.23
单位售价	25.68	3.07%	24.91	1.78%	24.48
毛利率	56.25%	-	51.46%	-	58.22%

（1）2018 年甜甜圈毛利率变动分析

2018 年，甜甜圈毛利率由上年的 58.22%下降至 51.46%，主要系单位成本上升所致。

2018 年甜甜圈单位成本较上年上涨了 1.86 元/KG，上涨幅度达 18.24%，主要是单位直

接材料上升及单位制造费用上升所致：①单位直接材料上升了 1.08 元/KG。主要是因改善口感的需要，公司对部分甜甜圈采取了撒防潮糖粉的工艺，增加了防潮糖粉的用量；同时，为使产品口感更加酥软，公司增加了油的用量。故甜甜圈单位直接材料有所上升。②单位制造费用较上年上升了 0.73 元/KG，主要是因为 2018 年为浙江长兴生产基地投产初年，处于产能爬坡阶段，甜甜圈产能利用率仅为 56.48%，产能利用率不高，致使单位产品分摊的固定费用较大。因此，单位制造费用较上年有所上升。

（2）2019 年甜甜圈毛利率变动分析

2019 年，甜甜圈毛利率由上年的 51.46%上升至 56.25%，主要系销售单价上升，而单位成本下降所致。

销售单价方面，2019 年，甜甜圈单价上升了 0.77 元/KG，较上年增加了 3.07%，主要是因为 2019 年 4 月增值税率从 16%下调至 13%，而公司未调整产品销售的含税价，故不含税单价有所提升。

单位成本方面，2019 年甜甜圈单位成本较上年下降了 0.86 元/KG，下降幅度为 7.10%，其中，单位材料、单位人工及单位制造费用均有所下降：①单位材料下降了 0.39 元/KG，主要是公司大规模优化了外包装，由一个纸箱加一个泡沫箱优化为一个保温箱，每箱节约了包装成本 4-6 元，致使单位材料成本下降。②单位人工下降了 0.18 元/KG，单位制造费用下降了 0.29 元/KG，主要原因是浙江长兴生产基地甜甜圈产能利用率由上年的 56.48%增加至 77.65%，单位产品分摊的固定人工、制造费用降低，因此单位人工、单位制造费用下降。

2、挞皮毛利率变动分析

报告期内，公司挞皮单位售价、单位直接材料成本、单位直接人工、单位制造费用变动情况如下：

单位：元/KG

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	较上年变动	金额	较上年变动	金额
单位直接材料	8.07	-2.24%	8.25	-5.59%	8.74
单位人工	1.35	-4.87%	1.41	2.28%	1.38
单位制造费用	1.78	-20.06%	2.23	30.88%	1.70
单位总成本	11.19	-5.89%	11.89	0.58%	11.82
单位售价	16.61	3.66%	16.02	1.09%	15.85
毛利率	32.63%		25.79%		25.41%

（1）2018 年挞皮毛利率变动分析

2018 年，挞皮单价、单位成本均未发生较大变化，因此，毛利率较上年未发生较大变化。

销售单价方面，挞皮售价较上年增加了 0.17 元/KG，变动幅度较小。

单位成本方面，挞皮单位成本较上年增加了 0.07 元/KG，变动不大，但其中，单位材料较上年有所下降，而单位制造费用上升较为明显。①2018 年，挞皮单位材料较上年下降了 0.49 元/KG，主要原因为：2018 年，公司通过研发，用单价较低的无水人造奶油替换了原有单价较高的油类原材料，因无水人造奶油含有牛油成份，在价格更低的同时，口感更佳，因此，使得公司挞皮中的油类原材料价格降低了 0.34 元/KG。因此，挞皮单位材料较上年有所下降。②2018 年，挞皮单位制造费用较上年上升了 0.53 元/KG，主要是因为浙江长兴生产基地投产初年，产能利用率不高，单位产品分摊的固定费用金额较高所致。

（2）2019 年挞皮毛利率变动分析

2019 年，挞皮毛利率由上年的 25.79%增加至 32.63%，主要是挞皮单价上升、单位成本下降所致。

销售单价方面，2019 年公司挞皮单位价格增加了 0.59 元/KG，上涨幅度为 3.66%，主要是 2019 年 4 月增值税率下调，不含税单价有所提升所致。

单位成本方面，2019 年公司挞皮单位成本下降了 0.70 元/KG，其中单位制造费用及单位直接材料均有所下降。①2019 年，挞皮单位制造费用降低了 0.45 元/KG，主要因为浙江长兴生产基地 2019 年挞皮产能利用率有所提高，单位产品分摊的固定费用降低所致。②2019 年，挞皮单位直接材料降低了 0.18 元/KG，主要原因是 2019 年公司改进了包装材料，由一个纸箱加一个泡沫箱优化为一个保温箱，节约了包装成本，故单位直接材料有所降低。

3、起酥类产品毛利率变动分析

报告期内，公司起酥类产品单位售价、单位直接材料成本、单位直接人工、单位制造费用变动情况如下：

单位：元/KG

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	较上年变动	金额	较上年变动	金额
单位直接材料	14.64	10.88%	13.21	9.74%	12.03
单位人工	0.81	-0.17%	0.81	14.49%	0.71
单位制造费用	1.02	-8.17%	1.11	27.83%	0.87
单位总成本	16.47	8.89%	15.12	11.14%	13.61
单位售价	28.33	8.34%	26.15	11.20%	23.52
毛利率	41.88%	-	42.17%	-	42.13%

报告期内，起酥类产品毛利率未发生较大变化，系其销售单价、单位成本均逐年增加所致。

销售单价方面，2018 年、2019 年，起酥类产品单价较上年分别上升了 2.64 元/KG、2.18 元/KG，主要原因是公司在 2018 年中秋节推出蛋黄酥，受到市场欢迎，并在 2019 年持续热销，销量快速增加。较之其他起酥类产品，蛋黄酥定位较高，单价较高，随着销量的提升，拉高了起酥类产品的整体单价。2018 年蛋黄酥销售单价、销售占比及对起酥类产品单价的影响情况如下：

单位：元/KG

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
蛋黄酥销售量占起酥类产品比例	33.46%	16.38%	-
蛋黄酥平均单价	39.23	39.48	-
起酥类产品整体平均单价	28.33	26.15	23.52

单位成本方面，2018 年、2019 年，公司起酥类产品单位成本较上年分别上升了 1.52 元/KG、1.34 元/KG，主要系其单位直接材料分别较上年上升了 1.17 元/KG、1.44 元/KG 所致。2018 年开始，公司推出蛋黄酥等新品，增加了如蛋黄、乳制品等价格较高的原材料使用量，故起酥类产品单位直接材料逐年上升。

4、丹麦系列产品毛利率变动分析

报告期内，公司丹麦系列产品单位售价、单位直接材料成本、单位直接人工、单位制造费用变动情况如下：

单位：元/KG

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	较上年变动	金额	较上年变动	金额
单位直接材料	7.62	1.50%	7.51	-6.48%	8.03
单位人工	0.82	-18.91%	1.01	-28.48%	1.41
单位制造费用	0.98	-24.93%	1.31	-25.72%	1.76
单位总成本	9.42	-4.12%	9.83	-12.28%	11.20
单位售价	18.26	6.86%	17.09	4.73%	16.32
毛利率	48.41%		42.50%		31.35%

（1）2018 年丹麦系列产品毛利率变动分析

2018 年，丹麦系列产品毛利率由上年的 31.35%快速增加至 42.50%。系其单价上升而单

位成本下降所致。

销售单价方面，丹麦系列产品 2018 年单位价格较上年上升了 0.77 元/KG，主要原因是高单价的金枕面包销量增加所致。金枕面包为沃尔玛旗下的山姆店专供产品，销售单价较高，2018 年，公司金枕面包销量大幅上升，拉高了丹麦系列产品的平均单价，详情如下：

项目	2018 年度	2017 年度
金枕面包销售量占丹麦系列产品比例	25.12%	7.48%
金枕面包平均单价（元/KG）	19.71	20.22
丹麦系列产品整体平均单价（元/KG）	17.09	16.32

单位成本方面，2018 年丹麦类单位成本较上年下降了 1.38 元/KG，其中，单位直接材料、单位人工、单位制造费用均有所下降。①2018 年，丹麦系列产品单位直接材料较上年下降了 0.52 元/KG。2017 年，丹麦系列产品中的富士山面包受到市场欢迎，产品销售额占丹麦系列产品整体比例达到 15.30%，2018 年，该产品的消费热度减退，其销售额占丹麦类整体销售额的比例下降至 7.91%。富士山面包的制作需要使用部分单价较高的辅助材料，随着富士山面包销量的减少，丹麦系列产品辅助材料用量降低了 0.77 元/KG。因此，丹麦系列产品的单位直接材料较上年有所下降。②2018 年，丹麦系列产品单位人工较上年下降了 0.40 元/KG，单位制造费用较上年下降了 0.45 元/KG，主要是因为：首先，2017 年，富士山面包采用半手工工艺制作，生产单位重量富士山面包的工时和制造费用较高，随着 2018 年富士山面包销量下降，丹麦系列产品整体的单位人工、单位制造费用有所下降。其次，2018 年，公司淘汰了如手工披萨等丹麦系列产品中的纯手工的产品，丹麦系列产品分摊的工时和制造费用有所降低。因此，丹麦系列产品单位人工、单位制造费用较上年有所下降。

（2）2019 年丹麦系列产品毛利率变动分析

2019 年，丹麦系列产品毛利率由上年的 42.50%增长至 48.41%，系其单价上升而单位成本下降所致。

单价方面，丹麦系列产品 2019 年单位价格较上年上升了 1.17 元/KG，一方面，2019 年增值税率下调，公司产品单价有所上升。另一方面，公司较大力度推广丹麦香肠面包等高单价产品，拉高了丹麦系列产品的整体单价。

单位成本方面，2019 年丹麦类单位成本较上年下降了 0.40 元/KG，其中单位人工下降 0.19 元/KG、单位制造费用下降 0.33 元/KG，主要是因为牛角包等产品产量增加，生产效率提高，单位重量产品分摊的人工、制造费用降低所致。

5、饼类产品毛利率变动分析

报告期内，公司饼类产品单位售价、单位直接材料成本、单位直接人工、单位制造费用

变动情况如下：

单位：元/KG

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	较上年变动	金额	较上年变动	金额
单位直接材料	8.30	3.71%	8.01	2.51%	7.81
单位人工	1.14	30.80%	0.87	-19.81%	1.09
单位制造费用	1.17	6.68%	1.09	-17.46%	1.32
单位总成本	10.61	6.41%	9.97	-2.45%	10.22
单位售价	15.43	11.35%	13.86	6.81%	12.98
毛利率	31.24%	-	28.05%	-	21.22%

（1）2018 年饼类产品毛利率变动分析

2018 年，饼类产品毛利率由上年的 21.22%上升至 28.05%。系其销售单价上升，而单位成本下降所致。

销售单价方面，2018 年饼类产品销售单价较上年增加了 0.88 元/KG，主要是因为 2017 年为促进饼类产品的销售，进行了较大力度的促销，而 2018 年产品销量稳定，折扣力度减小，因此，饼类产品销售单价有所提升。

单位成本方面，2018 年，饼类产品单位成本较上年下降了 0.25 元/KG,其中单位人工下降了 0.22 元/KG，单位制造费用下降了 0.23 元/KG。其主要原因为 2018 年公司改进了撒粉设备，成型和压饼速度提高，并改进了捡饼流程，由人工捡饼改为自动排盘捡饼，因此，饼类产品生产效率提升，单位人工、单位制造费用较上年有所下降。

（2）2019 年饼类产品毛利率变动分析

2019 年，饼类产品毛利率由上年的 28.05%上升至 31.24%，系销售单价的增幅大于单位成本的增幅所致。

销售单价方面，2019 年饼类产品销售单价较上年上升了 1.57 元/KG。一方面，2019 年增值税率下调，其不含税销售单价有所上升；另一方面，2019 年，公司推出新品豆蓉烧及蛋黄莲蓉胚饼，其单价较高，拉高了饼类产品的整体价格，详情如下：

单位：元/KG

项目	销售单价	销售占比
豆蓉烧	18.94	14.80%
蛋黄莲蓉胚饼	41.84	5.49%
饼类整体	15.43	100.00%

单位成本方面，2019 年饼类产品单位成本较上年上升了 0.64 元/KG，其中单位直接材料及单位人工均有所上升。①单位直接材料上升了 0.30 元/KG，主要是因为公司新增了豆蓉烧、蛋黄莲蓉胚饼等产品，红豆、绿豆、蛋黄等馅料使用量增加。2019 年饼类产品的馅料类用量较 2018 年增加了 360.16 吨，馅料原材料成本增加了 220.90 万元，因此，2019 年，饼类产品单位直接材料有所增加。②2019 年，饼类产品单位人工上升了 0.27 元/KG，主要是因为豆蓉烧产品体积小，包装难度大，需要消耗较多的人工，随着 2019 年豆蓉烧产量增加，拉高了饼类产品的单位人工。

6、蛋糕系列产品毛利率变动分析

报告期内，公司蛋糕系列产品单位售价、单位直接材料成本、单位直接人工、单位制造费用变动情况如下：

单位：元/KG

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	较上年变动	金额	较上年变动	金额
单位直接材料	18.61	3.76%	17.93	42.92%	12.55
单位人工	4.25	-24.10%	5.61	27.72%	4.39
单位制造费用	4.27	-41.31%	7.27	31.45%	5.53
单位总成本	27.13	-11.95%	30.81	37.13%	22.47
单位售价	40.98	13.29%	36.17	43.48%	25.21
毛利率	33.79%	-	14.82%	-	10.88%

（1）2018 年蛋糕系列产品毛利率变动分析

2018 年，蛋糕系列产品毛利率由上年的 10.88%上升至 14.82%，系单位售价上升幅度高于单位成本所致。

销售单价方面，2018 年，公司蛋糕系列产品单价较上年增加了 10.96 元/KG，上涨幅度为 43.48%，主要原因是公司推出慕斯蛋糕等产品。慕斯蛋糕口感好，属于蛋糕系列当中的高端产品，因此单价高于普通蛋糕，2018 年，慕斯蛋糕销售额占蛋糕总销售额的比例大幅上升，拉高了蛋糕系列产品的单价，详情如下：

单位：元/KG

项目	2018 年度	2017 年度
销售重量占蛋糕系列产品比例	24.23%	5.23%
慕斯蛋糕平均单价	39.20	40.51
蛋糕系列产品整体平均单价	36.17	25.21

单位成本方面，2018 年，公司蛋糕系列产品单位成本较上年增加了 8.34 元/KG，涨幅为 37.13%，其中单位直接材料上升了 5.39 元/KG，单位人工上升了 1.22 元/KG，单位制造费用上升了 1.74 元/KG。2018 年，蛋糕系列产品升级，其中慕斯蛋糕、乳酪蛋糕等高端产品需要使用乳制品等价格较高的原材料，且制造工艺复杂，单位产品需要耗费的工时多，随着慕斯蛋糕、乳酪蛋糕的产量在 2018 年大幅上升，致使 2018 年蛋糕系列产品的单位直接材料、单位人工、单位制造费用均较上年大幅上升。

（2）2019 年蛋糕系列产品毛利率变动分析

2019 年，蛋糕系列产品毛利率由上年的 14.82%大幅上升至 33.79%，主要是因为其单位售价上升而单位成本下降所致。

销售单价方面，2019 年公司蛋糕系列产品单价较上年增加了 4.81 元/KG，涨幅为 13.29%，主要原因是：公司蛋糕类产品对沃尔玛销售价格低于对经销商的价格。2019 年，因为沃尔玛对蛋糕类产品的采购政策调整，公司蛋糕系列产品对沃尔玛的销售额降低了 773.40 万元，降幅达 54.32%，而同时对经销商的销售金额有所增长。随着经销商销售占比的增加，公司蛋糕类产品的销售单价亦有所提升。

单位成本方面，2019 年，公司蛋糕系列产品单位成本较上年下降了 3.68 元/KG，下降幅度为 11.95%，主要是因为单位人工下降了 1.35 元/KG，单位制造费用下降了 3.00 元/KG。蛋糕系列产品系公司于 2017 年底推出的新产品，有别于公司传统的冷冻烘焙食品大多为半成品，蛋糕系列产品为成品，解冻后即可直接食用，因此对生产工艺要求较高，且无法与其他产品共线生产。为此，公司投资了专门的蛋糕生产线进行生产，在投产前期，因生产工艺处于逐步迭代更新的过程中，单位人工、单位制造费用较大。2019 年，随着蛋糕系列产品的生产工艺逐渐成熟，生产效率提高，其单位人工、单位制造费用有所下降。

（二）奶油类产品毛利率变动分析

报告期内，公司奶油类产品各细分产品的收入占比、毛利率以及对奶油类产品的毛利率贡献率情况如下：

奶油类产品	2019 年度			2018 年度			2017 年度		
	收入占比	毛利率	毛利率贡献率	收入占比	毛利率	毛利率贡献率	收入占比	毛利率	毛利率贡献率
含乳脂植脂奶油	62.89%	53.67%	33.75%	54.21%	50.14%	27.18%	47.27%	47.13%	22.28%
植脂奶油	25.01%	51.91%	12.98%	32.67%	42.30%	13.82%	44.88%	41.77%	18.74%
稀奶油	12.10%	2.03%	0.25%	13.13%	1.74%	0.23%	7.85%	8.80%	0.69%
合计	100.00%	46.98%	46.98%	100.00%	41.22%	41.22%	100.00%	41.71%	41.71%

2018 年，含乳脂植脂奶油、植脂奶油毛利率较上年均有所上升，但因毛利率较低的稀奶油销量上升，且毛利率下降较多，抵消了含乳脂植脂奶油、植脂奶油毛利率的上升。因此，2018 年公司奶油类产品的毛利率较上年未发生较大变动。

2019 年，公司含乳脂植脂奶油、植脂奶油毛利率较上年有所上升，而稀奶油毛利率及销售占比未发生较大变化，故 2019 年奶油类产品毛利率较上年提升了 5.76%。

报告期内，公司奶油类产品各细分品类的毛利率变动一方面是由于其单位价格有所提升，另一方面，受油脂、乳制品等原材料价格波动影响较为明显。

1、含乳脂植脂奶油产品毛利率变动分析

报告期内，公司含乳脂植脂奶油单位售价、单位直接材料成本、单位直接人工、单位制造费用变动情况如下：

单位：元/KG

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	较上年变动	金额	较上年变动	金额
单位直接材料	5.81	-6.89%	6.24	-6.00%	6.64
单位人工	0.13	61.76%	0.08	-30.31%	0.11
单位制造费用	0.32	70.77%	0.19	-10.64%	0.21
单位总成本	6.26	-3.84%	6.51	-6.54%	6.96
单位售价	13.51	3.49%	13.05	-0.90%	13.17
毛利率	53.67%	-	50.14%	-	47.13%

（1）2018 年含乳脂植脂奶油毛利率变动分析

2018 年，含乳脂植脂奶油毛利率由上年的 47.13%上升至 50.14%，主要系其单位成本下降所致。

2018 年公司含乳脂植脂奶油单位成本较上年下降了 0.45 元/KG，其中单位直接材料、单位人工、单位制造费用均有所下降。①2018 年，含乳脂植脂奶油单位直接材料较上年下降了 0.40 元/KG，主要原因是 2018 年，含乳脂植脂奶油的主要原材料油脂价格较上年下降了 1.76 元/KG，乳制品价格较上年下降了 5.19 元/KG，因此，含乳脂植脂奶油的单位材料成本有所下降。②2018 年，含乳脂植脂奶油单位人工、单位制造费用较上年分别下降了 0.03 元/KG、0.02 元/KG，主要是因为 2018 年产量上升，单位产量分摊的人工、制造费用降低所致。

（2）2019 年含乳脂植脂奶油毛利率变动分析

2019 年，含乳脂植脂奶油毛利率由上年的 50.14%上升至 53.67%，系其单价上升，单位

成本下降所致。

销售单价方面，2019 年，公司含乳脂植脂奶油平均单价较上年增长了 0.46 元/KG，增长幅度为 3.49%，主要是 2019 年 4 月增值税率下调所致。

单位成本方面，2019 年公司含乳脂植脂奶油单位成本较上年下降了 0.25 元/KG，其中，单位直接材料下降了 0.43 元/KG，而单位制造费用上升了 0.13 元/KG。①单位直接材料下降了 0.43 元/KG，主要原因是 2019 年含乳脂植脂奶油的主要原材料油脂及乳制品价格较上年有分别下降了 1.91 元/KG、3.45 元/KG，致使含乳脂植脂奶油的单位材料成本有所下降。②单位制造费用上升了 0.13 元/KG，主要原因是：首先，含乳脂植脂奶油主要由增城生产基地生产，2019 年，增城生产基地停产检修 2 个月，产量下降，分摊的制造费用增加。其次，2019 年增城生产基地巧克力生产线搬迁至佛山三水生产基地，巧克力产量下降 45%，致使含乳脂植脂奶油分摊的固定费用有所增加。因此，2019 年含乳脂植脂奶油的单位制造费用较上年有所上升。

2、植脂奶油产品毛利率变动分析

报告期内，公司植脂奶油单位售价、单位直接材料成本、单位直接人工、单位制造费用变动情况如下：

单位：元/KG

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	较上年变动	金额	较上年变动	金额
单位直接材料	3.93	-15.51%	4.66	-5.15%	4.91
单位人工	0.06	29.52%	0.05	-14.00%	0.06
单位制造费用	0.19	6.29%	0.18	15.58%	0.16
单位总成本	4.19	-14.26%	4.88	-4.62%	5.12
单位售价	8.71	2.88%	8.47	-3.74%	8.79
毛利率	51.91%	-	42.30%	-	41.77%

（1）2018 年植脂奶油毛利率变动分析

2018 年，植脂奶油毛利率由上年的 41.77%上升至 42.30%，主要系其销售单价下降幅度低于单位成本下降幅度所致。

销售单价方面，2018 年，公司植脂奶油平均单价较上年下降了 0.32 元/KG，下降幅度为 3.74%。主要原因是植脂奶油整体属于中低端品类，2018 年，公司部分客户使用含乳脂植脂奶油替代植脂奶油，致使植脂奶油当中高单价产品销量下降，拉低了植脂奶油平均单价。

单位成本方面，2018 年公司植脂奶油单位成本较上年下降了 0.24 元/KG，下降幅度为

4.62%，主要原因是 2018 年油脂价格较上年下降了 1.76 元/KG，致使植脂奶油的单位直接材料有所下降。

（2）2019 年植脂奶油毛利率变动分析

2019 年，植脂奶油毛利率由上年的 42.30%上升至 51.91%，系其销售单价上升，而单位成本下降所致。

销售单价方面，2019 年，公司植脂奶油平均单价较上年上升了 0.24 元/KG，上涨幅度为 2.88%，主要是因为 2019 年 4 月下调增值税率所致。

单位成本方面，2019 年公司植脂奶油单位成本较上年下降了 0.69 元/KG，主要是单位直接材料下降 0.73 元/KG 所致。2019 年，油脂价格较上年下降了 1.91 元/KG，因此，植脂奶油的单位直接材料有所下降。

3、稀奶油毛利率变动分析

公司稀奶油为外购产品，因此，不存在人工及制造费用。报告期内，稀奶油单位售价、单位成本变动情况如下：

单位：元/KG

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	较上年变动	金额	较上年变动	金额
单位直接材料	25.83	1.16%	25.54	15.10%	22.19
单位人工					
单位制造费用					
单位总成本	25.83	1.16%	25.54	15.10%	22.19
单位售价	26.37	1.45%	25.99	6.83%	24.33
毛利率	2.03%		1.74%		8.80%

2018 年，公司稀奶油毛利率由上年的 8.80%下降至 1.74%。稀奶油为公司外购产品，其生产厂商因奶源等原因对公司提价，采购价格上升了 15.10%，而下游销售价格上涨幅度不及采购成本增幅。因此，2018 年，公司稀奶油毛利率有所下降。

2019 年，公司稀奶油销售价格、采购成本均未发生较大变化，其毛利率变动不大。

（三）水果制品毛利率变动分析

报告期内，公司水果制品各细分产品的收入占比、毛利率以及对水果制品的毛利率贡献

率情况如下：

水果制品	2019 年度			2018 年度			2017 年度		
	收入占比	毛利率	毛利率贡献率	收入占比	毛利率	毛利率贡献率	收入占比	毛利率	毛利率贡献率
果馅	45.50%	27.48%	12.50%	46.34%	29.14%	13.51%	51.19%	29.03%	14.86%
果泥	36.51%	30.77%	11.23%	30.27%	27.92%	8.45%	26.31%	22.35%	5.88%
果溶	14.13%	56.43%	7.97%	18.62%	57.43%	10.69%	16.82%	54.68%	9.20%
其他	3.86%	26.93%	1.04%	4.77%	36.93%	1.76%	5.69%	-0.16%	-0.01%
合计	100.00%	32.75%	32.75%	100.00%	34.41%	34.41%	100.00%	29.93%	29.93%

报告期内，公司水果制品主要细分产品为果馅、果泥、果溶。

2018 年，水果制品毛利率较上年增加了 4.48%，主要是因为 2018 年，果泥、果溶毛利率及收入占比均有所增长，使得水果制品的整体毛利率有所提高。

2019 年，水果制品毛利率较上年下降了 1.66%。一方面，果泥毛利率及占比较上年有所上升，而毛利率较高的果溶的销售占比下降，抵消了果泥毛利率上升的影响。因此，水果制品毛利率较上年有所下降。

1、果馅毛利率变动分析

报告期内，公司果馅单位售价、单位直接材料成本、单位直接人工、单位制造费用变动情况如下：

单位：元/KG

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	较上年变动	金额	较上年变动	金额
单位直接材料	9.17	0.77%	9.10	-3.40%	9.42
单位人工	0.66	27.38%	0.52	-11.26%	0.59
单位制造费用	2.06	2.22%	2.02	11.59%	1.81
单位总成本	11.89	2.21%	11.64	-1.49%	11.81
单位售价	16.40	-0.14%	16.42	-1.33%	16.64
毛利率	27.48%		29.14%		29.03%

报告期内，公司果馅的毛利率变动较小。2019 年，果馅的毛利率由上年的 29.14%略下降至 27.48%，主要是因为 2019 年主要负责生产水果制品的佛山三水生产基地生产人员扩充了大约 40 人，致使果馅单位人工上涨。

2、果泥产品毛利率变动分析

报告期内，公司果泥单位售价、单位直接材料成本、单位直接人工、单位制造费用变动情况如下：

单位：元/KG

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	较上年变动	金额	较上年变动	金额
单位直接材料	7.89	-4.63%	8.27	-2.78%	8.51
单位人工	0.44	39.55%	0.31	-13.16%	0.36
单位制造费用	1.38	14.39%	1.21	9.62%	1.10
单位总成本	9.71	-0.87%	9.79	-1.79%	9.97
单位售价	14.02	3.22%	13.59	5.80%	12.84
毛利率	30.77%		27.92%		22.35%

（1）2018 年果泥毛利率变动情况

2018 年，公司果泥的毛利率由上年的 22.35%上升至 27.92%，主要是其销售单价上升所致。

2018 年，果泥的销售单价上升了 0.74 元/KG，上涨幅度为 5.80%，主要是因为 2017 年 12 月，公司根据市场情况，将各款果泥的销售价格上调 3%-10%，因此果泥的整体销售单价有所上升。

2018 年，果泥单位成本较上年略有下降，其中，单位直接材料有所下降，单位人工下降，而单位制造费用有所上升。①2018 年，果泥单位直接材料下降了 0.24 元/KG，主要是因为公司通过研发，改进了果泥的配方，在不影响口感的情况下，用果糖代替价格较高的白砂糖，致使单位直接材料有所降低；②单位人工下降了 0.05 元/KG，主要是因为水果制品产量上升，分摊的单位人工下降所致。③2018 年，果泥单位制造费用较上年上升了 0.11 元/KG，主要原因是水果制品主要生产基地佛山三水生产基地新建污水处理设施，折旧费用、污水处理费用上升 266.74 万元。因此，果泥单位制造费用较上年有所上升。

（2）2019 年果泥毛利率变动情况

2019 年，公司果泥的毛利率由上年的 27.92%上升至 30.77%，主要系其销售单价上升所致。

销售单价方面，2019 年公司果泥销售单价较上年增加了 0.44 元/KG，增加幅度为 3.22%，主要是受到 2019 年增值税率下调的影响。

销售成本方面，2019 年，公司果泥单位成本较上年减少了 0.08 元/KG，变动幅度不大，其中，单位直接材料下降，而单位人工、单位制造费用上升，抵消了单位直接材料下降的影

响。①2019 年，单位直接材料降低了 0.38 元/KG，主要是因为公司改进配方，在不影响口感的情况下，用果糖代替价格较高的白砂糖所致。②2019 年，单位人工增加了 0.13 元/KG，主要是因为 2019 年佛山三水生产基地生产人员扩充了大约 40 人，拉高了果泥的单位人工。③2019 年，果泥单位制造费用增加了 0.17 元/KG，主要是因为三水厂区改造完成，库位增加，能耗较上年增加 132.49 万元；2019 年，因厂区改造完成，转入固定资产，且 2019 年对外仓、车间进行了装修，致使折旧及摊销增加了 123.63 万元；此外，2019 年产线零星保养维修增加，增加了 112.73 万元。因此，果泥的单位制造费用较上年有所增加。

3、果溶毛利率变动分析

报告期内，公司果溶单位售价、单位直接材料成本、单位直接人工、单位制造费用变动情况如下：

单位：元/KG

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	较上年变动	金额	较上年变动	金额
单位直接材料	14.39	1.78%	14.14	-11.88%	16.04
单位人工	0.86	36.23%	0.63	-13.21%	0.72
单位制造费用	2.65	8.58%	2.44	9.80%	2.22
单位总成本	17.90	4.01%	17.21	-9.39%	18.99
单位售价	41.08	1.64%	40.42	-3.54%	41.90
毛利率	56.43%		57.43%		54.68%

报告期内，果溶的销售价格保持稳定，其毛利率分别为 54.68%、57.43%、56.43%，其毛利率的变化主要由单位成本波动导致。

2018 年，公司果溶单位成本较上年下降了 1.78 元/KG，其中，果溶单位直接材料下降 1.90 元/KG，单位人工下降 0.09 元/KG,单位制造费用上升 0.22 元/KG。①2018 年，果溶单位直接材料下降 1.90 元/KG，主要是因为 2018 年果溶的原材料芒果浆及蓝莓果的采购单价较上年有所下降；此外，草莓果溶的产量上升，原材料草莓的价格较芒果浆及蓝莓果低，也拉低了果溶的原材料成本。因此，2018 年，公司果溶直接材料有所下降。②单位人工较上年下降了 0.09 元/KG，主要是因为公司水果制品产量上升，分摊的平均人工有所下降所致。③单位制造费用上升了 0.22 元/KG,主要是因为佛山三水生产基地新建污水处理设施，致使折旧费用、污水处理费用上升 266.74 万元，分摊至果溶的单位制造费用增加。

2019 年，公司果溶单位成本较上年上升了 0.69 元/KG，主要是果溶单位直接材料、单位人工、单位制造费用均略有上升所致。①2019 年，公司果溶单位直接材料上升了 0.25 元

/KG，上升幅度不大；②2019 年，果溶单位人工上升了 0.23 元/KG，主要是因为 2019 年佛山三水生产基地生产人员扩充所致；③2019 年，果溶单位制造费用上升了 0.21 元/KG，主要是三水生产基地的能耗费用、折旧及摊销以及零星保养维修费用增加所致。

（四）酱料类产品毛利率变动分析

报告期内，公司酱料类产品单位售价、单位直接材料成本、单位直接人工、单位制造费用变动情况如下：

单位：元/KG

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	较上年变动	金额	较上年变动	金额
单位直接材料	5.61	1.47%	5.53	-14.32%	6.45
单位人工	0.39	21.15%	0.33	18.28%	0.28
单位制造费用	0.54	16.18%	0.46	16.03%	0.40
单位总成本	6.55	3.57%	6.32	-11.36%	7.13
单位售价	11.14	-0.99%	11.25	4.09%	10.81
毛利率	41.22%	-	43.81%	-	34.02%

1、2018 年酱料类产品毛利率变动情况

2018 年，公司酱料类产品毛利率较 2017 年提升了 9.79 个百分点，主要是其单价上升，而单位成本下降所致。

销售单价方面，公司 2018 年酱料产品的平均单价上升了 0.44 元/KG，上涨了 4.09%，主要是因为公司 2018 年推出新品可丝达酱，受到市场欢迎，2018 年，可丝达酱的平均单价为 14.68 元/KG，其销售占比达到 17.25%，拉高了酱料类产品的平均单价。

单位成本方面，公司 2018 年酱料产品的平均成本下降了 0.81 元/KG，其中，单位直接材料下降了 0.92 元/KG。2018 年，酱料用油脂的采购价格由上年的 6.21 元/KG 下降至 5.58 元/KG；酱料用糖的采购价格由上年的 4.69 元/KG 下降至 4.16 元/KG；2018 年，公司酱料产品包装材料不再采用全彩色纸箱，改为通版纸箱加标签的包装形式，因此纸箱采购价格亦下降了 1.58 元/个，下降幅度达 27.09%。因此，公司酱料类产品单位直接材料较上年有所下降。

2、2019 年酱料类产品毛利率变动情况

2019 年，公司酱料类产品毛利率较 2018 年下降了 2.59 个百分点，主要系其单位成本略有上升所致。

2019 年，公司单位成本上升了 0.23 元/KG，其中单位人工、单位制造费用均略有上升，

分别较上年上升了 0.07 元/KG、0.08 元/KG，增长幅度不大，主要原因是 2019 年，公司提高了酱料生产员工及生产管理人员的伙食福利。因此，酱料类产品单位人工、单位制造费用较上年略有上升。

三、 结合公司和同行业产品结构、采购模式和销售模式、单位产品成本和价格等等因素，详细披露公司各产品毛利率与同行业可比公司平均值差异的原因及合理性。

报告期内，烘焙食品行业品类众多，产业链条长，不同企业所专注的细分产品不同。上述同行业公司中，从细分产品来看，公司与海融科技、南桥股份在奶油类产品、冷冻烘焙食品、水果制品三类产品中存在同类产品。详情如下：

公司名称	主营业务及产品结构	与公司可比性	是否比较
海融科技	主营植脂奶油、巧克力、果酱等烘焙食品原料生产与销售，2018 年植脂奶油销售收入占比 90.72%，巧克力收入占比 5.18%，果酱收入占比 3.21%。	海融科技的含乳脂植脂奶油、植脂奶油、水果制品与公司存在同类产品。	是
南侨股份	主营烘焙油脂相关制品的生产与销售，2017 年烘焙应用油脂收入占比 69.36%，奶油收入占比 13.85%，进口品收入占比 13.63%、冷冻烘焙食品收入占比 2.65%。	南侨股份奶油类产品包括淡奶油和冷冻烘焙食品，与公司存在同类产品	是
桃李面包	主营面包及糕点为核心的烘焙类食品生产与销售，2019 年面包及糕点收入占比 97.84%,月饼收入占比 1.87%，粽子收入占比 0.19%。	桃李面包主要产品为预包装食品，与公司不存在同类产品，不具可比性	否
麦趣尔	以乳制品、烘焙食品制造、分销及烘焙连锁门店为核心业态，并辅以节日食品、冷冻饮品等产品的研发、加工与销售，2019 年乳制品收入占比 37.92%，烘焙食品收入占比 39.88%，节日食品收入占比 12.87%。	麦趣尔的烘焙制品主要以生日蛋糕、西点、现烤面包、月饼等产品为主，而公司在烘焙制品方面主要以冷冻半成品为主，因此麦趣尔与公司不存在同类产品，不具可比性。	否
元祖股份	主营各类烘焙食品的生产与销售，2019 年蛋糕收入 28.85%，月饼礼盒收入占比 40.64%，中西糕点收入占比 25.29%，水果收入占比 3.13%。	元祖股份主要以蛋糕、月饼等产品为主，而公司在烘焙制品方面主要以冷冻半成品为主，因此元祖股份与公司不存在同类产品，不具可比性。	否

（一）与南侨股份的同类产品对比

公司与南侨股份主要在奶油类产品、冷冻烘焙食品方面存在同类产品。南侨股份可以与公司进行对比的仅有 2017 年数据，其对比情况如下：

单位：元/KG

项目	奶油类产品		冷冻烘焙食品	
	南侨股份	立高食品	南侨股份	立高食品
单位价格	20.35	11.09	25.00	18.10
单位成本	13.01	6.47	17.10	11.85
毛利率	36.06%	41.71%	31.30%	34.51%

公司与南侨股份在销售模式方面不存在较大差异，均以经销为主，直销为辅。在采购模式方面与南侨股份亦不存在重大差异。因此两者同类产品在单价、单位成本、毛利率的差异系两者产品差异所致。

公司奶油类产品的单位价格、单位成本均小于南侨股份，主要是因为南侨股份奶油类产品为淡奶油产品，而公司主要为植脂奶油（包括含乳脂或纯植脂奶油），淡奶油产品定位高于植脂奶油，因此在单位价格、单位成本方面高于公司奶油类产品。毛利率方面，南侨股份奶油类产品略低于公司，但不存在重大差异。

冷冻烘焙食品品种众多，不同品种的价格、成本均会有所差异，南侨股份未公开披露其具体产品的单位价格及单位成本情况，因此其冷冻烘焙食品单位价格与单位成本无法与公司对比。但整体毛利率方面，南侨股份冷冻烘焙产品毛利率与公司不存在重大差异。

（二）与海融科技的同类产品对比

公司与海融科技主要在奶油类产品、水果制品方面存在同类产品。其对比情况如下：

单位：元/KG

年度	项目	含乳脂植脂奶油		植脂奶油		水果制品	
		海融科技	立高食品	海融科技	立高食品	海融科技	立高食品
2017 年	单位价格	13.53	13.17	9.52	8.79	20.29	16.40
	单位成本	5.70	6.96	4.83	5.12	10.88	11.49
	毛利率	57.90%	47.13%	49.24%	41.77%	46.37%	29.93%
2018 年	单位价格	13.87	13.05	9.90	8.47	21.01	16.93
	单位成本	5.85	6.51	4.91	4.88	12.06	11.11
	毛利率	57.86%	50.14%	50.36%	42.30%	42.62%	34.41%
2019 年	单位价格	14.72	13.51	9.88	8.71	21.35	16.61
	单位成本	5.92	6.26	4.94	4.19	12.47	11.17
	毛利率	59.77%	53.67%	50.06%	51.91%	41.59%	32.75%

公司与海融科技在销售模式方面不存在较大差异，均以经销为主，直销为辅。在采购模

式方面与海融科技亦不存在重大差异。

公司含乳脂植脂奶油、植脂奶油类产品的销售价格与海融科技不存在较大差异，但在单位成本方面的趋势不一致。报告期内，公司奶油类产品的单位成本逐年下降，与油脂、乳制品等原材料价格变动趋势一致。海融科技的奶油类产品的单位成本逐年上升，但海融科技未披露其单位成本逐年上升的原因，因此无法比较两者趋势不一致的原因。

水果制品类型丰富，不同公司的产品存在一定的差异，公司水果制品包括了果泥、果馅、果溶等类别，海融科技的水果制品为果酱，同时，水果制品的原料为多种水果，成本与不同水果品种和采购时点的价格有关。因此，公司与海融科技的水果制品在单位价格、单位成本及毛利率方面存在一定的差异。

综上所述，公司与同行业可比公司的同类产品毛利率存在差异具有合理性。

申报会计师执行的核查程序及核查意见

针对上述问题，申报会计师执行的主要核查程序如下：

1、获取了公司销售明细表、销售成本明细表，结合销售产品的类别，核查了经销、直销、零售模式下公司产品毛利率变动情况；

2、获取了公司各细分产品的销售明细表，销售成本明细表，核查了公司各细分产品的销售重量、收入、销售成本（包括单位直接材料、单位人工、单位制造费用）的变动情况；

3、获取了公司原材料的采购明细表，核查了公司各类原材料的采购价格；

4、对原材料的市场价格进行了查询，并与公司采购价格进行比对；

5、获取并核查了公司生产成本分配表，并获取了各细分产品的 BOM 表，对其生产成本的分配过程进行了检验、核实；

6、查阅了海融科技、南侨股份等可比公司的招股说明书，以及桃李面包、麦趣尔、元祖股份的招股说明书和年报等公开信息，结合产品的差异、销售模式的差异，以及单价、成本等原因，对其产品毛利率与公司的可比性进行了分析。

经核查，申报会计师认为：

1、报告期内，公司经销、直销、零售模式下公司产品毛利率变动合理；同一类产品在不同渠道下的毛利率差异原因合理；

2、各类细分产品毛利率及公司综合毛利率变动原因合理，符合行业整体情况；

3、公司与同行业可比公司的同类产品毛利率存在差异具有合理性。

问题 14、招股说明书披露，公司期间费用率分别为 28.66%、31.68%和 26.72%，其中销售费用、管理费用、研发费用的占比较高。请发行人补充披露：（1）发行人销售费用、

管理费用存在较多相同明细类别的原因及合理性、费用明细类别的区分是否符合行业惯例，销售费用、管理费用中主要类别的含义及构成，报告期内相关费用发生的合理性、金额计提的准确性、变动的原因；（2）结合销售政策及销售人员、管理人员、研发人员人数变动的原因及合理性，披露不同类别员工平均工资变动情况及原因，量化披露销售费用、管理费用、研发费用中人工成本波动的原因及合理性，披露发行人的工资水平与同行业可比公司和当地工资水平的差异；（3）销售费用中仓储费的确定依据及定价公允性，列示报告期内各期所有的仓库地点、仓库性质（自有或外租）、仓库面积、实际使用面积、具体用途、仓储费用、单位成本等，分析仓库各期期初库存商品金额、当期增加及减少金额、期末库存金额（所有仓库的汇总数及各个仓库的具体数）与各期销售金额是否匹配；（4）各期研发支出、其中资本化与费用化的相关依据及具体金额；（5）结合费用明细项目，量化披露发行人销售费用率、管理费用率、研发费用率与同行业可比公司平均水平的差异及合理性，费用核算是否存在跨期情况；（6）结合费用发生的对方单位，披露是否存在关联方或潜在关联方为发行人承担成本或代垫费用的情况。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、 发行人销售费用、管理费用存在较多相同明细类别的原因及合理性、费用明细类别的区分是否符合行业惯例，销售费用、管理费用中主要类别的含义及构成，报告期内相关费用发生的合理性、金额计提的准确性、变动的原因；

（一）公司销售费用、管理费用存在较多相同明细类别的原因及合理性、费用明细类别的区分是否符合行业惯例

报告期，公司销售费用与管理费用的具体明细类别及其金额如下表所示：

单位：万元

项　目	销售费用			管理费用		
	2019年度	2018年度	2017年度	2019年度	2018年度	2017年度
职工薪酬	11,331.72	10,081.37	6,832.36	4,024.01	3,028.93	2,212.70
业务招待费	488.90	443.69	283.92	179.55	158.74	105.01
办公费	325.48	243.31	206.99	864.21	932.43	376.12
差旅费	4,020.95	3,812.14	2,814.69	222.51	160.44	143.28
运输费	8,879.94	7,980.11	6,133.86			
广告宣传费	401.31	248.43	172.34			

项　　目	销售费用			管理费用		
	2019年度	2018年度	2017年度	2019年度	2018年度	2017年度
会议及培训费	380.67	339.45	105.71	293.20	322.13	163.05
咨询服务费	418.05	469.80	380.06	344.10	379.32	415.66
仓储费	1,904.01	1,983.44	1,272.18			
折旧及摊销	131.42	110.83	62.51	453.50	307.37	232.62
业务推广费	2,245.32	1,889.16	1,313.10			
租赁费	305.84	298.95	256.12	403.58	395.68	328.03
其他	7.55	3.29	0.45			
绿化维护费				92.44	59.98	50.62
残疾人保障金				9.13	54.19	7.15
物料消耗费				170.44	201.70	88.41
存货盈亏				38.68	161.72	49.84
股份支付					3,665.22	
合　　计	30,841.16	27,903.98	19,834.28	7,095.34	9,827.85	4,172.50

从上表可以看出，公司销售费用和管理费用相同明细类别有职工薪酬、业务招待费、办公费、差旅费、会议及培训费、咨询服务费、折旧及摊销、租赁费。同类费用在不同科目之间主要区分方法是按照费用发生的部门进行归集，与公司销售和管理模式相符，其分类合理。

公司及同行业可比公司销售费用及管理费用的类别区分如下：

1、销售费用

销售费用项目	立高食品	海融科技	南侨股份	桃李面包	麦趣尔	元祖股份	与同行业可比公司分类差异原因
职工薪酬	√	√	√	√	√	√	
业务招待费	√	√	√	√	√		
办公费	√		√	√		√	
差旅费	√	√	√	√	√	√	
运输费	√	√	√		√	√	
广告宣传费	√	√		√	√	√	
会议及培训费	√						公司销售部门发生的会议及培训费

销售费用项目	立高食品	海融科技	南侨股份	桃李面包	麦趣尔	元祖股份	与同行业可比公司分类差异原因
咨询服务费	√	√					主要系华与华营销咨询有限公司为公司提供营销咨询服务
仓储费	√	√					公司用于存放存货租用的仓库仓储服务费和租金
折旧及摊销	√	√	√	√	√	√	
业务推广费	√	√	√				
租赁费	√	√	√	√	√	√	
其他	√	√	√	√	√	√	
保险		√					
产品配送服务费用				√			
汽车费用				√			
门店费用				√			
销售佣金						√	
礼券工本费及其他易耗品零用						√	
修理费					√	√	
水电费					√	√	
材料费					√		
业务经费					√		
通讯费					√	√	
样品费			√				
水电费			√				

2、管理费用

管理费用项目	立高食品	海融科技	南侨股份	桃李面包	麦趣尔	元祖股份	与同行业可比公司分类差异原因
职工薪酬	√	√	√	√	√	√	
办公费	√	√	√	√	√	√	

管理费用项目	立高食品	海融科技	南侨股份	桃李面包	麦趣尔	元祖股份	与同行业可比公司分类差异原因
业务招待费	√	√		√	√	√	
差旅费	√	√	√	√	√	√	
折旧及摊销	√	√	√	√	√	√	
咨询服务费	√			√	√		
绿化维护费	√						办公室及厂区绿化费用
会议费及培训费	√	√					新员工及管理人员会议费及培训费
残疾人保障金	√						
租赁费	√	√	√	√	√	√	
物料消耗费	√						海融科技分类为低值易耗品
存货盈亏	√						麦趣尔分类为报损费
股份支付	√						
中介费		√					
车辆费用		√		√			
服务费		√					
物业及水电费		√					
检测费		√					
快递费		√					
低值易耗品		√					
通讯费		√				√	
修理费		√	√		√	√	
房屋改造		√					
保险费		√	√				
其他		√	√	√	√	√	
咨询费、审计费				√		√	
安保费				√			
交通运输费					√	√	
报损费					√		
长期待摊费用					√		

管理费用项目	立高食品	海融科技	南侨股份	桃李面包	麦趣尔	元祖股份	与同行业可比公司分类差异原因
劳务费			√		√		
开办费			√				

从上表可以看出，公司销售费用和管理费用的类别区分与同行业可比公司的分类不存在重大差异，符合行业惯例。

（二）销售费用、管理费用中主要类别的含义及构成，报告期内相关费用发生的合理性及变动的原因

1、销售费用中主要类别的含义、构成，相关费用、发生的合理性及变动原因

报告期内各期销售费用中的主要类别系职工薪酬、运输费、差旅费、业务推广费及仓储费，报告期内各期分别占销售费用总额的 92.60%、92.27%、92.03% 。

（1）职工薪酬

职工薪酬核算销售人员薪酬，其发生的合理性及变动原因详见本问询回复问题 14 二相关内容。

（2）运输费

运输费核算的主要系销售公司产品而发生的自有车辆运输费及外部车辆运输费，其发生的合理性及变动原因详见本问询回复问题 15 相关内容。

（3）差旅费

差旅费核算的主要系销售人员发生的差旅费。

报告期内，公司销售人员的差旅费用分别为 2,814.69 万元、3,812.14 万元和 4,020.95 万元，金额逐年增长，占营业收入的比例分别为 2.94%、2.90%、2.54%，基本保持稳定，2019 年略有下降。

销售人员承担着客户开发、技术支持、市场维护、渠道管理等多项职责，业务人员往往需要较多的出差以维护客户关系，解决客户问题，结合公司客户数量多、地域分布较为分散的特点，公司差旅费支出较大。

2018 年，公司差旅费较上年增加了 35.44%，与营业收入的增长率 37.39%接近；2019 年，公司差旅费较上年同期增加了 5.48%，低于营业收入的增长率 20.58%。2018 年和 2019 年差旅费增长率波动的主要原因是：①2018 年，随着公司产能扩大以及销售区域的扩大，公司销售人员增加 101 人，导致 2018 年的差旅费增长较快，而 2019 年公司新增销售人员 63 人，因此，差旅费同比增幅收窄。②2019 年，公司加强了驻地化管理，单个销售人员负责的销售半径缩小，减少了单个销售人员的跨区域出差次数，导致差旅费减少。

（4）业务推广费

业务推广费核算的系公司对客户进行推广活动所发生的如参加展会发生的租赁费用、搭建费、人员住宿、餐饮费、交通、对客户开展推广活动所消耗的物料等相关费用。

报告期内各期，公司发生的业务推广费具体情况如下：

项目	2019年度		2018年度		2017年度	
	金额（万元）	占比	金额（万元）	占比	金额（万元）	占比
常规会议市场推广	743.82	33.13%	641.99	33.98%	341.72	26.02%
大型展会费用	989.75	44.08%	733.04	38.80%	470.75	35.85%
平台费用	272.09	12.12%	199.78	10.57%	138.14	10.52%
客户样品领用	186.86	8.32%	139.72	7.40%	139.59	10.63%
国外考察	52.80	2.35%	174.63	9.24%	222.91	16.98%
合计	2,245.32	100.00%	1,889.16	100.00%	1,313.10	100.00%

从上表可以看出，业务推广费主要系常规会议市场推广费、大型展会费及平台费用，报告期各期占比分别为 72.39%、83.35%、89.33%。平台费系商超费用及线上平台费用，费用根据商超和线上平台的结算单进行核算，报告期内逐年增加主要系销售逐年增加所致。报告期内公司参加的会议情况如下：

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
常规会议市场推广费（万元）	743.82	641.99	341.72
会议次数（次）	888	728	642
单次会议费用（万元/次）	0.84	0.88	0.53
大型展会费（万元）	989.75	733.04	470.75
会议次数（次）	17	13	11
单次会议费用（万元/次）	58.22	56.39	42.80

从上表可以看出，常规会议市场推广费及大型展会费用逐年增加主要系会议次数增加所致。

（5）仓储费

仓储费核算的主要系存放公司存货而租用外仓的仓储服务费和租金。其发生的合理性及变动原因详见本问询回复问题 14 三相关内容。

2、管理费用中的主要类别的含义、构成，相关费用、发生的合理性及变动原因

报告期内各期管理费用中的主要类别系职工薪酬、办公费、折旧及摊销、租赁费、咨询服务费、会议费及培训费、股份支付，报告期内各期分别占管理费用总额的 89.35%、91.90%

及 89.95% 。

（1）职工薪酬

职工薪酬核算管理人员的职工薪酬。其发生的合理性及变动原因详见本问询回复问题 14 二相关内容。

（2）办公费

办公费核算与办公相关的费用支出。报告期内各期办公费情况如下：

单位：万元

项目	2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
维修费	173.09	20.03%	195.90	21.01%	21.77	5.79%
车辆费	138.09	15.98%	105.17	11.28%	56.97	15.15%
检测费	132.87	15.38%	50.46	5.41%	18.60	4.95%
办公用品	78.40	9.07%	195.89	21.01%	69.39	18.45%
水电费	71.35	8.26%	62.71	6.72%	30.19	8.03%
通讯费	58.52	6.77%	89.53	9.60%	59.29	15.76%
邮政快递费	30.31	3.51%	24.08	2.58%	17.81	4.73%
劳动保护费	26.99	3.12%	65.19	6.99%	15.41	4.10%
保险费	10.49	1.21%	11.03	1.18%	9.89	2.63%
商标专利费	14.62	1.69%	19.87	2.13%	8.95	2.38%
其他	129.47	14.98%	112.62	12.08%	67.86	18.04%
合计	864.21	100.00%	932.43	100.00%	376.12	100.00%

从上表可以看出，办公费主要系维修费、车辆费、检测费、办公用品、水电费、通讯费及邮政快递费，报告期各期占比分别为 72.86%、77.61%、79.00%。

维修费 2018 年及 2019 年比 2017 年增加较多，主要系公司从 2018 年开始对各厂区开始维修所致。

车辆费报告期内逐年增加，主要系业务量增加导致车辆使用次数增加所致，另 2018 年由于公司自有办公车辆不足，向外部租赁车辆及司机导致车辆费 2018 年开始增加。

检测费报告期内逐年增加，主要系公司新开发产品品种增加导致送检增加所致。

办公用品 2018 年高于其他两年，主要系 2018 年搬至新办公地址新添办公用品所致。

水电费 2018 年较 2017 年增加，主要系 2018 年搬至新办公地址所致。

通讯费 2018 年增加主要系新增员工尚未定岗，发生的通讯费计入管理费用所致；2019

年上述新增员工定岗至各所属部门，导致 2019 年管理费用中的通讯费下降。

邮政快递费报告期内逐年增加，主要系业务量增加所致。

劳动保护费 2018 年较高系公司新购入一批工服所致。

（3）租赁费

租赁费核算的主要系办公用房租，在合同规定租赁期内平均分摊计入当期损益。报告期内各期金额分别是 328.03 万元、395.68 万元、403.58 万元，2018 年增加主要系公司搬迁至新的办公地点导致租赁费增加所致。

（4）咨询服务费

咨询服务费核算的主要系审计、律师等中介服务费。报告期内各期金额分别是 415.66 万元、379.32 万元、344.10 万元。2017 年咨询服务费较高主要系支付浙江厂区房屋租赁中介费所致；2018 年咨询服务费较高主要系支付高新复审中介费所致。

（5）会议费及培训费

会议费及培训费核算的主要系管理人员的会议费及培训费。报告期内各期金额分别是 163.05 万元、322.13 万元、293.20 万元。2018 年增加主要系公司举办运动会（每隔一年举办一次）及新员工培训增加所致。

（6）股份支付

2018 年，公司实施股权激励，为此计提股份支付费用 3,665.22 万元。

（三）销售费用及管理费用主要金额计提的准确性

公司销售费用及管理费用主要金额计提的相关内部控制如下所示：

1、职工薪酬

为规范公司薪酬管理，激发员工的工作积极性，公司制定并施行了《薪酬管理制度》以及《薪酬激励方案》。公司员工薪酬组成包括基本工资、绩效工资和年终奖金。基本工资根据工作岗位级别和岗位所需要的技能确定；绩效工资按月发放，主要与岗位职责履行状况和工作绩效考核结果相挂钩；年终奖每年发放，由部门管理人员讨论制定年终奖励计划，报经管理层批准后由人事部、财务部负责计划具体的执行、实施。

非销售人员每天上班在打卡机上打卡；销售人员每天按计划走访客户，到客户处打开 OA 定位打卡。OA 系统根据销售人员的日报表、请假单等相关信息形成业务员考勤表。

每月末人事部根据打卡记录及销售人员日报表、请假单相关申请再次核对各人员的考勤情况，根据员工工资标准、考勤情况计算应付工资，并按劳动保障部门规定比例计算五险一金，财务部据此按照受益对象计入相关成本费用。

2、运输费及仓储费

每月末公司相关部门与提供服务方对账后，形成确认后的对账单，财务人员按照对账单进行运输费及仓储费计提。待对方提供发票后按发票金额确认成本费用，并冲销计提数。

3、日常费用

公司制定了《公司费用标准及报销规定》，并对各级别人员的出差费用标准做了规定，主要对电话费补贴、招待费、住宿费、区域交通费、出差补助、交通补助等六方面的标准作出相关规定。员工按规定标准在限额内实行实报实销，超出标准部分自行承担。

公司对不同级别员工的借支额度有相关规定，通常情况备用金借支不能超过借款人一个月的底薪；申请人在 OA 系统填写《借款申请单》，经过提交申请人所属部门主管、人力资源部、总账费用会计、财务总监和总经办审批，由出纳付款。公司借支主要系业务人员，规定每年末业务人员借支需进行清理。

费用报销时由报销人在 OA 系统填写《一般费用报销单》，明细填写完成提交到该报销申请人的部门主管审批，同时将根据报销发票、合同填写支付证明单（明确冲借支还是银行转账）交费用会计复核相关单据的完备性及数据的准确性，核对无误后，在 OA 系统里费用会计、财务总监、常务副总裁依次审批后，出纳申请付款，由财务总监授权。

业务人员由于日常均在各驻点，可能导致单据不能及时传递至财务进行账务处理，故需每日在 OA 系统拜访表中填写业务情况记录，包括每日个人产生的交通费、住宿费，办事处费用等发生的费用明细，经过部门领导审批，月末每日业务情况记录表会生成汇总表（费用报销表），财务人员月末导出本月的数据进行费用计提。次月，业务人员将对应费用报销表的原始凭证邮寄至公司成本会计进行报销，财务核算费用并冲回上月计提。

综上，公司各类期间费用已按照权责发生制记录于对应期间，报告期内每期末，公司根据实际发生但发票未到的费用进行暂估并计提入账，同时财务部告知各部门人员报销当期费用的截止日，避免跨期费用的产生，保证各类费用计提的准确性。

二、 结合销售政策及销售人员、管理人员、研发人员人数变动的原因及合理性，披露不同类别员工平均工资变动情况及原因，量化披露销售费用、管理费用、研发费用中人工成本波动的原因及合理性，披露发行人的工资水平与同行业可比公司和当地工资水平的差异；

（一）结合销售政策及销售人员、管理人员、研发人员人数变动的原因及合理性，披露不同类别员工平均工资变动情况及原因

报告期内，公司销售人员、管理人员和研发人员变动情况如下表所示：

单位：人

项目	2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日
	数量	增加人数	数量	增加人数	数量
销售人员	889	63	826	101	725
管理人员	250	18	232	35	197
研发人员	102	18	84	13	71

报告期内，公司烘焙食品原料业务在华东、西南、华北和华南等消费规模较大或具备增长潜力的地区持续扩充销售队伍，以满足业务快速发展的需求，2018 年和 2019 年分别新增销售人员 52 人和 29 人。同时，为匹配浙江生产基地 2018 年产线投产的人员需求，公司 2018 年和 2019 年分别新增冷冻烘焙产品销售人员 46 人和 19 人。

报告期内，公司为匹配公司的经营规模，对管理人员进行相应的扩充；此外，公司自筹划上市以来，对管理的规范性提高了要求，也促使管理人员人数逐年增加，因此，公司管理人员人数从 2017 年末的 197 人增加至 2019 年末的 250 人。

报告期内，公司为进一步提升研发能力和水平，持续引入研发人员，因此，公司研发人员数量由 2017 年末的 71 人增加至 2019 年末的 102 人。

因此，公司各岗位人员的逐年增长是为了满足业务发展和提升管理、研发水平的人才需求，具有合理性。

报告期内，公司各岗位员工的平均薪酬如下表所示：

单位：万元/人.年

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售人员	12.75	12.21	9.42
管理人员	16.10	13.18	11.29
研发人员	18.11	17.18	14.60

注 1：平均薪酬由薪酬总额/期末人数计算而来，其中薪酬总额为税前薪酬，包括工资和福利，期末人数为每年 12 月 31 日的人数，下同

注 2：2017 年和 2018 年因建设浙江生产基地，管理人员部分薪酬计入了在建工程 12.32 万元和 29.01 万元，因此管理人员平均薪酬与下文管理费用中的管理人员平均薪酬存在差异

公司的员工薪酬由工资和福利构成。其中工资包括基本工资、绩效工资及年终奖；福利包括社保、公积金和补贴等。基本工资以职级为基础确定，绩效工资与个人、部门及公司业绩考核相关；公司根据法律的规定向员工支付有关福利费。同时，公司实行薪酬调整机制，根据国家政策和物价水平等宏观因素的变化、行业及地区竞争状况及公司整体效益情况而进

行整体调整。同时，也会根据员工岗位的变动对薪酬进行个别调整。

报告期内，公司根据各业务发展的需要持续引入不同岗位的人员，使得营销体系更为完善，有效提升了整体的管理水平和研发实力，实现了业绩的逐年增长，进而也推动了各岗位员工平均薪酬的逐年提升。

（二）量化披露销售费用、管理费用、研发费用中人工成本波动的原因及合理性；

报告期内，公司销售费用、管理费用、研发费用中的人工成本情况如下表所示：

单位：人、万元/人、万元

项目	2019 年度			2018 年度			2017 年度		
	人数	人均薪酬	薪酬	人数	人均薪酬	薪酬	人数	人均薪酬	薪酬
销售费用中的职工薪酬	889	12.75	11,331.72	826	12.21	10,081.37	725	9.42	6,832.36
管理费用中的职工薪酬	250	16.10	4,024.01	232	13.06	3,028.93	197	11.23	2,212.70
研发费用中的职工薪酬	102	18.11	1,847.56	84	17.18	1,443.37	71	14.60	1,036.37

报告期内，公司销售费用中的职工薪酬逐年上升，分别为 6,832.36 万元、10,081.37 万元和 11,331.72 万元。上升的主要是因为：①销售人员人数不断增加。随着公司生产和销售规模的不断扩大，公司销售人员数量逐年增加，由 2017 年底的 725 人增长至 2019 年底的 889 人。2018 年底公司销售人员增加较快，比 2017 年底增加 101 人，主要原因是 2018 年公司在浙江长兴的生产基地建成投产，为匹配产能的扩大，公司当年相应增加了销售人员数量。2019 年公司总体产能增长小于 2018 年，为此新增销售人员数量少于 2018 年。②销售人员薪酬逐年提升。公司销售人员薪酬与销售业绩挂钩，随着近年来公司业绩的不断提升，公司销售人员的薪酬也在逐年提升。报告期内，公司销售人员人均薪酬分别为 9.42 万元/年、12.21 万元/年、12.75 万元/年。

报告期内，公司管理费用中的职工薪酬逐年上升，分别为 2,212.70 万元、3,028.93 万元和 4,024.01 万元。上升的主要原因是公司管理人员人数、人均薪酬的逐年增长。报告期内，公司为匹配浙江生产基地投产后对管理人员的需求，对管理人员进行相应的扩充；此外，公司自筹划上市以来，对管理的规范性提高了要求，也促使管理人员人数逐年增加，因此，公司管理人员人数从 2017 年末的 197 人增加至 2019 年末的 250 人。随着公司经营规模及效益

的快速增长，管理人员人均薪酬亦逐年增长，特别是 2019 年，公司业绩增长较快，因而管理人员人均薪酬有较大幅的增长，致使公司 2019 年管理人员薪酬占营业收入比重有所上升。报告期内，公司管理费用中的管理人员人均薪酬分别为 11.23 万元/年、13.06 万元/年、16.10 万元/年。

报告期内，公司研发费用中的职工薪酬逐年上升，分别为 1,036.37 万元、1,443.37 万元和 1,847.56 万元。上升的主要原因是公司研发人员人数、人均薪酬的逐年增长。为保持在市场的持续竞争力，公司非常重视研发投入，不断加大研发支出，开展新产品、配方、工艺的研究。为此，报告期内，公司的研发项目稳步增长，由 2017 年的 26 项增长至 2019 年的 32 项，为匹配研究项目的人才需求，公司加快研发人才的引进和储备，研发人员由 2017 年底的 71 人增加至 2019 年底的 102 人。与此同时，为提升对研发人才的吸引力，公司也在不断提高研发人员的薪酬标准，报告期内，公司研发人员人均薪酬分别为 14.60 万元/年、17.18 万元/年、18.11 万元/年。

综上，报告期内，公司销售费用、管理费用、研发费用中人工成本随着员工人数的增长以及薪酬标准的提升，呈现逐年增长的趋势，具有合理性。

（三）披露发行人的工资水平与同行业可比公司和当地工资水平的差异；

1、与行业水平的比较情况

报告期内，公司与同行业公司平均薪酬对比情况如下表所示：

单位：万元/人.年

公司名称	2019 年度	2018 年度	2017 年度
海融科技	17.74	15.88	13.92
南侨股份	未披露	未披露	11.99
桃李面包	8.35	8.41	7.69
麦趣尔	8.37	9.08	8.01
元祖股份	10.87	9.71	9.94
平均值	11.33	10.77	10.31
立高食品	11.34	10.18	8.21

注：海融科技和南侨股份数据来自招股说明书，桃李面包、麦趣尔、元祖股份数据来自于上市公司各年年报

公司 2017 年和 2018 年平均薪酬低于同行业可比公司平均水平，但随着公司经营业绩的提升，公司平均薪酬水平快速增长，2019 年平均薪酬已高于行业平均薪酬水平。

2、与当地水平的比较情况

报告期内，公司与所在地平均薪酬的对比情况如下表所示：

单位：万元/人.年

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
广东省制造业就业人员平均工资	未披露	7.40	6.68
广东省制造业私营单位就业人员平均工资	未披露	5.54	5.02
浙江省制造业就业人员平均工资	未披露	7.31	6.52
浙江省制造业私营单位就业人员平均工资	未披露	5.09	4.60
立高食品	11.34	10.18	8.21

注 1：数据来自于 wind 资讯，2019 年各省市的薪酬数据尚未披露

注 2：河南奥昆尚未运营，因此，河南省的工资情况不作比对

报告期内，公司全体员工的平均薪酬逐年上升，高于公司及正在运营的分子公司所在省份的制造业企业的平均工资，且与其变动趋势一致。

三、 销售费用中仓储费的确定依据及定价公允性，列示报告期内各期所有的仓库地点、仓库性质（自有或外租）、仓库面积、实际使用面积、具体用途、仓储费用、单位成本等，分析仓库各期期初库存商品金额、当期增加及减少金额、期末库存金额（所有仓库的汇总数及各个仓库的具体数）与各期销售金额是否匹配；

（一）销售费用中仓储费的确定依据及定价公允性

为缩短对客户需求的反应速度，提高配送效率，除利用自有仓库外，公司还在主要销售区域租赁仓库或与仓储服务公司建立合作，由其提供货物的仓储服务。

公司销售费用中的仓储费以仓储服务费为主，根据服务内容一般分为储置费、装卸费和冷藏费等。具体费用的计算标准分为两类，一类为固定费用，约定每月的费用总额，如停车费、单证费等，另一类为浮动费用，通常根据所管理的存货数量或重量*单位管理存货结算标准计算费用总额。除此之外，还有少量的仓库租赁费，根据租赁的面积，支付固定的租赁费用。

公司的产品为食品，尤其部分产品为冷冻产品，需要冷冻恒温管理，因此，仓库的冷冻设施以及仓储服务商的服务水平是公司遴选仓库和仓储服务商的重要考量因素。在相关仓库和仓储服务商满足上述条件的范围内，公司会根据所需的仓储服务内容和仓库容量对服务商和仓库进行询价比对。报告期内，公司主要仓库的仓储费计算标准与该仓库服务商向第三方提供服务标准对比如下表所示：

仓库地址	服务商	计费标准	服务商对第三方服务的计费标准
广州市白云区沙太北华邦路1号广州华邦物流园内仓库	广州鑫赟冷冻运输有限公司	处置费：小件1.5元/箱，大件2.7元/件（托盘尺寸1*1.2*0.15M，货架高度1.6-1.8M）;每月最后一天期末库存数减去盘点前8天的进货数量，超期仓储费小件每件加收1元，超期仓储费大件每件加收1.8元/月；另加打冷费10,000元/月，停车费200元/月/台，办公室租赁费2,000元/月，司机宿舍租赁费用：2,000元/月；非鑫赟发货搬运费0.6元/箱，加班费0.15元/箱	服务商为第三方客户提供的计费标准为：处置费：1.小件1.4-1.5元/箱，大件2.6-2.75元/件;2.每月最后一天期末库存数减去盘点前8天的进货数量，超期仓储费小件每件加收0.9-1.1元，超期仓储费大件每件加收1.79-1.81元/月；3.月打冷费9,000-10,000元/月，停车费190-210元/月/台，办公室租赁费1,900-2,100元/月，司机宿舍租赁费用：1,900-2,100元/月；非鑫赟发货搬运费0.59-0.61元/箱，加班费0.14-0.16元/箱
廊坊开发区凤鸣道18号	廊坊万纬冷链物流有限公司	仓储费：2.8元/板/天；装卸费：1.1元/箱/次；贴标费：0.5元/账/次；抄码费：0.2元/条/次；翻仓费：15元/托/次；拆箱分拣费：1元/箱；换包装费：1元/箱；复冻费：15元/吨实用于入库时货品温度为摄氏0℃到零下12℃。75元/吨实用于入库时货品温度为摄氏0℃以上；临时加单费：350元/单；质检报告打印费：252元/月	仓储费：2.7-2.9元/板/天；装卸费：1-1.2元/箱/次；贴标费：0.49-0.51元/账/次；抄码费：0.19-0.21元/条/次;翻仓费:14-16元/托/次；拆箱分拣费：0.9-1.1元/箱；换包装费：0.9-1.1元/箱；复冻费：14-16元/吨实用于入库时货品温度为摄氏0℃到零下12℃。74-76元/吨实用于入库时货品温度为摄氏0℃以上；临时加单费：340-360元/单；质检报告打印费：250-255元/月
四川省成都市成华区龙潭寺龙港路317号	四川飞明达物流有限公司	仓储费：0.12元/件/天；装卸费：进出2.5元/件；换标签0.5/件以上为不含税价格	仓储费：0.119-0.121元/件/天；装卸费：进出2.48-2.52元/件；换标签0.49-0.51/件以上为不含税价格
济南市历城区临港北路6177号	太原万鑫物流有限公司	仓储费：3.6元/平方米/天；装卸费：0.35元/件	仓储费：3.5-3.7元/平方米/天；装卸费：0.34-0.36元/件
河南省郑州市九龙镇启航路礼通街东200米宇培物流园39号库	招商美冷物流（郑州）有限公司	仓储费：0.2元/箱/天，卸货费25元/吨，代交货费1.5元/件	仓储费：0.19-0.21元/箱/天，卸货费24-26元/吨，代交货费1.49-1.51元/件

注：上述仓库为报告期内销售费用中仓储费发生额前五大的仓库，且相关仓储服务商

存在为第三方提供仓储服务并出具相关比价文件

如上表所示，公司与主要的仓储服务公司的仓储费结算的标准与该仓储服务商向第三方提供的仓储费计费标准不存在显著差异，且上述服务商与公司之间不存在关联关系，因此，其定价具有公允性。

（二）列示报告期内各期所有的仓库地点、仓库性质（自有或外租）、仓库面积、实际使用面积、具体用途、仓储费用、单位成本等

报告期内，公司所有的仓库情况如下表所示：

序号	仓库地址	仓库性质	仓库面积（平方米）	实际使用面积（平方米）	具体用途	仓储费用（万元）			单位成本	仓储费所属费用类型
						2019 年度	2018 年度	2017 年度		
1	广州市白云区沙太北华邦路 1 号广州华邦物流园内仓库	外租	43,680.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	986.17	1,220.57	739.06	按数量计算处置费，按月计算冷冻费，按月计算停车费，按数量计算搬运费等	部分存货为原料，仓储费计入制造成本，其余计入销售费用
2	广州市南沙区万祥横街 3 号	外租	1,340.00	1,340.00	货物仓储	31.59	27.99	13.84		制造费用
3	广东省佛山市南海区里水镇赤山村福西工业区三栋 63 号	外租	800.00	800.00	货物仓储	162.99	130.56	124.29	固定租金，按数量计算搬运费，仓储费含运费	制造费用
4	广州市南沙区榄核镇星海路 9 号	外租	2,397.59	2397.59	货物仓储	109.93	72.28	15.33	固定租金	制造费用
5	南京市经济技术开发区龙潭物流基地金港路 1 号	外租	20,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	66.44	61.09	31.76	按数量计算储置费，按数量计算装卸费和处置费	销售费用
6	廊坊开发区凤鸣道 18 号	外租	20,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	65.37	32.35	0.48	按数量计算储置费，按数量计算装卸	销售费用

序号	仓库地址	仓库性质	仓库面积（平方米）	实际使用面积（平方米）	具体用途	仓储费用（万元）			单位成本	仓储费所属费用类型
						2019 年度	2018 年度	2017 年度		
									费，按次数计算抄码费，按数量计算翻仓费	
7	四川省成都市成华区龙潭寺龙港路 317 号	外租	3,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	64.33	22.80	8.60	按数量计算储置费、装卸费和包装材料费等	销售费用
8	济南市历城区临港北路 6177 号	外租	5,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	58.04			按面积计算储置费，按数量计算装卸费等	销售费用
9	河南省郑州市九龙镇启航路礼通街东 200 米宇培物流园 39 号库	外租	3,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	52.88	39.59	17.61	按数量计算储置费，按重量和重量计算搬运费	销售费用
10	浙江省宁波市北仑区霞浦万泉河路 89 号	外租	20,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	49.89	46.25	23.45	按数量计算仓储、装卸费	销售费用
11	广州市增城区石滩镇石滩大道北 1 号 2 幢（厂房 A-2）	外租	2,337.80	2,337.80	货物仓储	48.40			固定租金	制造费用
12	湖北省武汉市东西湖区高桥四路 185 号新地物流园内	外租	1,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	47.79	39.53	16.53	按数量计算储置费，按数量计算操作	销售费用

序号	仓库地址	仓库性质	仓库面积（平方米）	实际使用面积（平方米）	具体用途	仓储费用（万元）			单位成本	仓储费所属费用类型
						2019 年度	2018 年度	2017 年度		
									费	
13	哈尔滨冷冻仓：2017.1.1-2017.6.30：黑龙江省哈尔滨市道里区民桥街 27 号 4 号冷库；2017.7.1-2019.12.31：哈尔滨市香坊区黎明镇邓家村团结路 13 号冷冻仓库。 哈尔滨常温仓：2017.11.1-2019.12.31：哈尔滨市香坊区黎明镇邓家村团结路 13 号常温仓库	外租	哈尔滨冷冻仓：2017.1.1-2017.6.30:130 平方米；2017.7.1-2018.9.30：160 平方米；2018.10.1-2019.12.31：234 平方米。 哈尔滨常温仓：2017.11.1-2019.12.31：140 平方米。	哈尔滨冷冻仓：2017.1.1-2017.6.30:130 平方米；2017.7.1-2018.9.30：160 平方米；2018.10.1-2019.12.31：234 平方米。 哈尔滨常温仓：2017.11.1-2019.12.31：140 平方米。	货物仓储	44.84	39.41	19.07	固定租金，按重量计算搬运费等	销售费用
14	上海市奉贤区海港综合经济开发区海杰路 399 号	外租	20,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	44.20	40.93	22.25	按数量计算储置费，按数量计算装卸费，按账数计算贴标费，按条数计算抄码费等	销售费用
15	长沙市长沙县毛塘铺工业园中央冷库	外租	220.00	固定面积 220/零售租赁面积视情况	货物仓储	34.24	27.70	18.52	按面积计算储置费	销售费用
16	太原市杏花岭区新店街 48 号	外租	250.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	34.04	22.87		按面积计算储置费，按数量计算装卸费	销售费用

序号	仓库地址	仓库性质	仓库面积（平方米）	实际使用面积（平方米）	具体用途	仓储费用（万元）			单位成本	仓储费所属费用类型
						2019 年度	2018 年度	2017 年度		
17	昆明市经济技术开发区大冲片区	外租	3,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	33.33	24.19	19.06	按数量计算储置费，按数量计算操作费，按月份计算单证费	销售费用
18	哈尔滨市开发区哈平路集中区青岛路 3 号	外租	20,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	29.14	28.41	9.17	按数量计算储置费，按数量计算操作费等	销售费用
19	佛山市三水中心科技工业区芦苞园 D 区 30 号之一（F5）	外租	36,666.00	2,376.00	货物仓储	27.71			按数量计算搬运费	制造费用
20	上海市青浦区华徐公路 3699 号	外租	20,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	24.52			按数量计算处置费，按数量计算出入库操作费，按数量计算打托费等	销售费用
21	上海市松江区九亭镇临富路 1 号仓库	外租	5,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	19.59	14.20	10.61	按数量计算储置费，按重量计算搬运费，按数量计算冷藏费等	销售费用
22	安徽省合肥市肥东县撮镇镇东华路与新华路交叉路口宇培物流园 W4	外	20,000.00	未租赁固定面积仓储以	货物仓储	18.78	2.66		按数量计算	销售费用

序号	仓库地址	仓库性质	仓库面积（平方米）	实际使用面积（平方米）	具体用途	仓储费用（万元）			单位成本	仓储费所属费用类型
						2019 年度	2018 年度	2017 年度		
	仓库	租		流量计费。					储置费	
23	广州市番禺区大龙街市莲路傍江西村段 12 号	外租	15,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	17.43	15.85	64.11	按数量计算储置费	部分存货为原料，仓储费计入制造成本，其余计入销售费用
24	武汉市东西湖区东吴大道与立光路交叉口盈石物流园武汉冷库	外租	3,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	16.29	15.30	14.46	按数量计算冷藏费，按数量计算处置费，按数量计算分货费，按月计算单证费	销售费用
25	沈阳市浑南新区远航东路 20 号佳德冷库	外租	1,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	13.85	12.63	12.50	按数量计算储置费，按数量计算分拣费，按订单量计算单证费	销售费用
26	北京市通州区漷县漷兴二街 11 号	外租	3,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	12.27	15.85	14.74	按数量计算储置费和处置费，按数量计算调拨费等	销售费用

序号	仓库地址	仓库性质	仓库面积（平方米）	实际使用面积（平方米）	具体用途	仓储费用（万元）			单位成本	仓储费所属费用类型
						2019 年度	2018 年度	2017 年度		
27	福建省厦门市海沧区柯井路 18 号	外租	15,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	11.85	16.77	24.65	按数量计算装卸、处置、分拣费，按张数计算贴标费，按条数计算抄码费等	销售费用
28	成都市双流县航空物流园区西航港物流大道 567 号	外租	1,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	10.12	42.79	35.10	按数量计算储置费、装卸费，按月计算停车费等	销售费用
29	杭州市江干区九堡镇九环路 29 号	外租	5,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	9.32	10.25	14.59	按数量计算储置费，按数量计算仓储作业费，按件数计算贴标费	销售费用
30	西安市未央区尚苑路 8 号雨润农副产品全球采购中心 2 号冻库	外租	500.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	7.08	8.10	2.88	固定租金，按重量计算装卸费	销售费用
31	重庆市海尔路港城工业园区冰人冻库	外租	50.00	50.00	货物仓储	5.52	10.81	39.99	按面积计算储置费，按数量计算装卸费，按数量计算理货费	销售费用

序号	仓库地址	仓库性质	仓库面积（平方米）	实际使用面积（平方米）	具体用途	仓储费用（万元）			单位成本	仓储费所属费用类型
						2019 年度	2018 年度	2017 年度		
32	郑州市中牟县国际物流园区喜达路 2 号(招商物流园)	外租	3,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	4.95	5.92	6.03	按数量计算储置费，按数量计算处置费，按数量计算交货费，按月份计算单证费	销售费用
33	合肥市肥东县大众路与唐安路交汇处大众冷库	外租	5,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	4.42	1.40	3.12	固定租金，按重量计算装卸费	销售费用
34	济南市历城区大桥路盖世物流中心 C 区 2 号冷库	外租	5,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	4.22	3.88	5.17	按件计算储置费，按箱计算处置费，按份计算耗材费等。	销售费用
35	山东盖世农贸城 6 号冻库 13 层 2-1 号	外租	20,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	3.27	26.27	29.44	按重量计算储置费	销售费用
36	广东省广州市天河区天源路 933-939 号 B 库区	外租	5,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	2.93	0.44		按数量计算冷藏费，按重量计算搬运费，按数量计算退货入库费等。	销售费用

序号	仓库地址	仓库性质	仓库面积（平方米）	实际使用面积（平方米）	具体用途	仓储费用（万元）			单位成本	仓储费所属费用类型
						2019 年度	2018 年度	2017 年度		
37	上海市宝山区江杨南路 2550 弄 158 号	外租	3,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	2.36			2017 年和 2018 年在运输费中合并结算，无法单独区分仓储费，2019 年按数量计算储置费，按数量计算标签费	销售费用
38	北京市昌平区小汤山镇讲礼村南	外租	15,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	1.75			按数量计算储置费	销售费用
39	陕西省西安市嘉浩丝路科技产业园	外租	500.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	1.43			固定租金，按重量计算装卸费	销售费用
40	广州市萝岗区永顺大道盈顺冷库	外租	1,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	1.31	6.18	10.46	按数量计算储置费，按门店数量计算卸货费	销售费用
41	重庆九龙坡区白市驿明品福冷库 6 号库 F04 门	外租	250.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	0.61			按数量计算储置费，按门店数量计算卸货费	销售费用
42	云南省昆明市呈贡经济技术开发区林溪路 263 号（明品福东盟国际冷	外	500.00	未租赁固定面积仓储以	货物仓储	0.43			按数量计算储置费，按重	销售费用

序号	仓库地址	仓库性质	仓库面积（平方米）	实际使用面积（平方米）	具体用途	仓储费用（万元）			单位成本	仓储费所属费用类型
						2019 年度	2018 年度	2017 年度		
	链物流中心 2 期 A3 区）	租		流量计费。					量计算装卸费和管理服务费	
43	盐秀路 18 号粤泰冷库二号库 4-10 号位，办公室 226～229	外租	500.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储	0.42			2017 年和 2018 年未单独核查仓储费，计入运输费，2019 年按数量计算储置费，按数量计算标签费	销售费用
44	北京市大兴区旧宫镇丽西毓顺新路 28 号	外租	1,000.00		货物仓储				在运输费中合并结算，无法单独区分仓储费	销售费用
45	北京市大兴区青云店镇青云路沙子营公交车站旁沙子营村民委员会内	外租	500.00		货物仓储				在运输费中合并结算，无法单独区分仓储费	销售费用
46	北京市大兴区西红门镇建新庄西路 16 号	外租	20,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储		0.57	7.66	按数量计算储置费	销售费用
47	福建省厦门市同安区城东中路 118 号	外租	500.00		货物仓储				在运输费中合并结算，无法单独区分	销售费用

序号	仓库地址	仓库性质	仓库面积（平方米）	实际使用面积（平方米）	具体用途	仓储费用（万元）			单位成本	仓储费所属费用类型
						2019 年度	2018 年度	2017 年度		
									仓储费	
48	福州市马尾区建星路 198 号宜丰冷库	外租	5,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储		2.90	4.19	按温度条件下的数量计算储置费	销售费用
49	广州市增城区石滩镇石顺大道 342 号	自有	2,403.19	2,403.19	货物仓储					
50	佛山市三水区中心科技工业区芦苞园 D 区 15 号	自有	12,157.97	12,157.97	货物仓储			25.47	固定租金	制造费用
51	广东省广州市白云区云城东路 569 号首层 109、110 号	外租	115.57	115.57	货物仓储				未单独核算仓储费，计入门店租赁费	销售费用
52	广东省广州市永和经济技术开发区新业路 5 号	外租	11,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储		33.34		按数量计算储置费	制造费用
53	广东省广州市增城区石滩镇红荔中路 27 号	外租	1,219.00	1,219.00	货物仓储		3.95	2.78	固定租金	销售费用
54	河北省廊坊市开发区新源东道 16 号	外租	1,000.00		货物仓储				在运输费中合并结算，无法单独区分仓储费	销售费用
55	江苏省淮安市淮海北路 50 号	外	250.00	未租赁固定面积仓储以	货物仓储				在运输费中合并结算，无	销售费用

序号	仓库地址	仓库性质	仓库面积（平方米）	实际使用面积（平方米）	具体用途	仓储费用（万元）			单位成本	仓储费所属费用类型
						2019 年度	2018 年度	2017 年度		
		租		流量计费。					法单独区分仓储费	
56	山东省青岛市城阳区空港工业区	外租	500.00		货物仓储				在运输费中合并结算，无法单独区分仓储费	销售费用
57	深圳龙岗区平吉大道 78 号友信食品城	外租	1,000.00		货物仓储				在运输费中合并结算，无法单独区分仓储费	销售费用
58	深圳市龙华新区清祥路 23 号清湖冷链（G94 梅观高速华为出口第一个红绿灯左转 500 米）	外租	20,000.00		货物仓储				在运输费中合并结算，无法单独区分仓储费	销售费用
59	石家庄雨润农产品全球采购中心	外租	20,000.00	未租赁固定面积仓储以流量计费。	货物仓储		29.07	41.02	按数量计算仓储费、装卸费	销售费用
60	西安经济技术开发区凤城三路 33 号	外租	1,000.00		货物仓储				在运输费中合并结算，无法单独区分仓储费	销售费用
61	浙江省湖州市长兴县经济技术开发区莘桥路 158 号-1	自有	19,407.95	19,407.95	货物仓储					

注 1：自 2019 年开始公司加大产品直发外地的比重，减少存货在广州市白云区沙太北华邦路 1 号广州华邦物流园内仓库周转的规模，导致该仓库 2019 年结算的仓储费同比下降

注 2: 上述仓储费包括计入制造费用中的仓库租金和仓储服务费

注 3：公司销售费用中的仓储费包括公司产品在商超客户指定仓库发生的仓储服务费，非公司自有或外租的仓库，因此未列示其中

（三）分析仓库各期期初库存商品金额、当期增加及减少金额、期末库存金额（所有仓库的汇总数及各个仓库的具体数）与各期销售金额是否匹配；

报告期内，公司上述仓库的库存商品规模变动情况如下表所示：

单位：万元

序号	仓库地址	2019 年期末库存金额	2019 年当期增加金额	2019 年当期减少金额	2019 年期初/2018 年期末库存金额	2018 年当期增加金额	2018 年当期减少金额	2018 年期初/2017 年期末库存金额	2017 年当期增加金额	2017 年当期减少金额	2017 年期初金额
1	广州市白云区沙太北华邦路 1 号广州华邦物流园内仓库	2,521.91	55,558.05	56,209.50	3,173.36	53,263.67	52,447.60	2,357.29	27,485.30	27,024.08	1,896.07
2	广州市南沙区万祥横街 3 号	284.34	55,790.65	55,728.72	222.42	27,143.95	27,199.81	278.28	36,840.45	37,050.94	488.76
3	广东省佛山市南海区里水镇赤山村福西工业区三栋 63 号		67.19	67.19		72.93	72.93				
4	广州市南沙区榄核镇星海路 9 号	102.60	4,710.23	4,809.35	201.72	6,002.84	5,901.43	100.31	3,771.26	4,026.93	355.98

序号	仓库地址	2019 年期末库存金额	2019 年当期增加金额	2019 年当期减少金额	2019 年期初/2018 年期末库存金额	2018 年当期增加金额	2018 年当期减少金额	2018 年期初/2017 年期末库存金额	2017 年当期增加金额	2017 年当期减少金额	2017 年期初金额
5	南京市经济技术开发区龙潭物流基地金港路 1 号	100.15	4,354.87	4,365.07	110.35	2,787.84	2,775.60	98.12	1,384.10	1,285.99	
6	廊坊开发区凤鸣道 18 号	115.21	2,889.76	2,842.20	67.64	1,099.09	1,031.46		16.92	16.92	
7	四川省成都市成华区龙潭寺龙港路 317 号	89.59	2,863.54	2,958.27	184.32	1,585.23	1,412.64	11.72	286.54	274.81	
8	济南市历城区临港北路 6177 号	63.49	2,734.62	2,671.13							
9	河南省郑州市九龙镇启航路礼通街东 200 米宇培物流园 39 号库	57.97	2,705.14	2,728.69	81.52	1,483.97	1,481.90	79.46	652.50	573.05	
10	浙江省宁波市北仑区霞浦万泉河路 89 号	45.62	2,443.60	2,478.13	80.14	1,622.81	1,638.10	95.43	799.78	704.35	
11	广州市增城区石滩镇石滩大道北 1 号 2 幢（厂房 A-2）	11.26	1,276.75	1,265.49							
12	湖北省武汉市东西湖区高桥四路 185 号新地物流园内	98.27	1,903.44	1,880.08	74.90	1,413.50	1,381.98	43.38	500.28	456.90	

序号	仓库地址	2019 年期末库存金额	2019 年当期增加金额	2019 年当期减少金额	2019 年期初/2018 年期末库存金额	2018 年当期增加金额	2018 年当期减少金额	2018 年期初/2017 年期末库存金额	2017 年当期增加金额	2017 年当期减少金额	2017 年期初金额
13	哈尔滨冷冻仓：2017.1.1-2017.6.30：黑龙江省哈尔滨市道里区民桥街 27 号 4 号冷库；2017.7.1-2019.12.31：哈尔滨市香坊区黎明镇邓家村团结路 13 号冷冻仓库。哈尔滨常温仓：2017.11.1-2019.12.31：哈尔滨市香坊区黎明镇邓家村团结路 13 号常温仓库	107.40	2,060.08	2,032.22	79.53	1,617.80	1,617.14	78.87	1,486.77	1,522.09	114.18
14	上海市奉贤区海港综合经济开发区海杰路 399 号	85.82	2,151.11	2,138.96	73.67	1,432.39	1,419.16	60.44	835.86	775.43	
15	长沙市长沙县毛塘铺工业园中央冷库	44.48	1,354.17	1,357.54	47.85	946.17	962.23	63.91	562.62	498.72	
16	太原市杏花岭区新店街 48 号	96.07	1,594.85	1,585.11	86.33	940.18	853.85				
17	昆明市经济技术开发区大冲片区	39.36	1,002.64	1,013.29	50.01	707.50	702.11	44.62	469.28	424.66	

序号	仓库地址	2019 年期末库存金额	2019 年当期增加金额	2019 年当期减少金额	2019 年期初/2018 年期末库存金额	2018 年当期增加金额	2018 年当期减少金额	2018 年期初/2017 年期末库存金额	2017 年当期增加金额	2017 年当期减少金额	2017 年期初金额
18	哈尔滨市开发区哈平路集中区青岛路 3 号	54.50	1,001.88	994.84	47.46	685.67	700.92	62.71	586.70	524.00	
19	佛山市三水中心科技工业区芦苞园 D 区 30 号之一（F5）	698.66	3,774.83	3,076.17							
20	上海市青浦区华徐公路 3699 号	64.96	1,222.07	1,157.11							
21	上海市松江区九亭镇临富路 1 号仓库	160.85	2,165.60	2,471.87	467.11	3,069.25	2,814.22	212.09	1,018.45	806.36	
22	安徽省合肥市肥东县撮镇镇东华路与新华路交叉路口宇培物流园 W4 仓库	54.60	1,337.92	1,301.16	17.84	643.22	625.38				
23	广州市番禺区大龙街市莲路傍江西村段 12 号								903.63	903.63	
24	武汉市东西湖区东吴大道与立光路交叉口盈石物流园武汉冷库	9.98	284.10	282.66	8.55	283.93	292.78	17.40	287.70	270.30	

序号	仓库地址	2019 年期末库存金额	2019 年当期增加金额	2019 年当期减少金额	2019 年期初/2018 年期末库存金额	2018 年当期增加金额	2018 年当期减少金额	2018 年期初/2017 年期末库存金额	2017 年当期增加金额	2017 年当期减少金额	2017 年期初金额
25	沈阳市浑南新区远航东路 20 号佳德冷库	27.33	311.40	296.84	12.77	237.08	246.61	22.31	235.16	212.85	-
26	北京市通州区漷县漷兴二街 11 号	14.08	133.60	124.73	5.22	177.89	183.56	10.89	266.02	255.13	
27	福建省厦门市海沧区柯井路 18 号	8.75	317.79	320.19	11.16	397.66	434.20	47.69	467.60	419.91	
28	成都市双流县航空物流园区西航港物流大道 567 号	48.32	755.66	793.28	85.93	969.73	987.52	103.72	1,159.73	1,077.92	21.91
29	杭州市江干区九堡镇九环路 29 号	12.77	126.96	120.24	6.05	172.48	174.85	8.42	216.48	208.06	
30	西安市未央区尚苑路 8 号雨润农副产品全球采购中心 2 号冻库		87.08	106.49	19.41	203.05	197.92	14.28	212.93	198.64	
31	重庆市海尔路港城工业园区冰人冻库		46.68	50.77	4.09	102.46	103.78	5.41	82.25	76.84	
32	郑州市中牟县国际物流园区喜达路 2 号(招商物流园)	9.32	81.40	75.71	3.63	87.95	92.28	7.96	104.61	96.65	

序号	仓库地址	2019 年期末库存金额	2019 年当期增加金额	2019 年当期减少金额	2019 年期初/2018 年期末库存金额	2018 年当期增加金额	2018 年当期减少金额	2018 年期初/2017 年期末库存金额	2017 年当期增加金额	2017 年当期减少金额	2017 年期初金额
33	合肥市肥东县大众路与唐安路交汇处大众冷库	5.33	125.58	127.07	6.83	330.98	331.31	7.16	90.74	83.58	
34	济南市历城区大桥路盖世物流中心 C 区 2 号冷库	7.21	63.95	65.77	9.03	84.74	84.90	9.19	78.57	69.37	
35	山东盖世农贸城 6 号冻库 13 层 2-1 号		135.64	239.71	104.07	1,877.61	1,851.32	77.77	1,155.08	1,077.31	
36	广东省广州市天河区天源路 933-939 号 B 库区		85.59	91.34	5.76	91.17	85.41				
37	上海市宝山区江杨南路 2550 弄 158 号		252.18	314.42	62.24	673.20	622.52	11.56	74.05	62.49	
38	北京市昌平区小汤山镇讲礼村南	4.44	11.74	7.30							
39	陕西省西安市嘉浩丝路科技产业园	2.45	10.14	7.70							
40	广州市萝岗区永顺大道盈顺冷库		45.94	45.94		221.83	227.33	5.49	237.96	232.47	

序号	仓库地址	2019 年期末库存金额	2019 年当期增加金额	2019 年当期减少金额	2019 年期初/2018 年期末库存金额	2018 年当期增加金额	2018 年当期减少金额	2018 年期初/2017 年期末库存金额	2017 年当期增加金额	2017 年当期减少金额	2017 年期初金额
41	重庆九龙坡区白市驿明品福冷库 6 号库 F04 门	2.58	15.20	12.62							
42	云南省昆明市呈贡经济技术开发区林溪路 263 号（明品福东盟国际冷链物流中心 2 期 A3 区）	0.16	7.80	7.64							
43	盐秀路 18 号粤泰冷库二号库 4-10 号位，办公室 226～229	3.05	14.15	11.29	0.19	55.32	63.13	8.00	43.46	35.46	
44	北京市大兴区旧宫镇丽西毓顺新路 28 号			6.20	6.20	48.27	42.07				
45	北京市大兴区青云店镇青云路沙子营公交车站旁沙子营村民委员会内		66.96	66.96							
46	北京市大兴区西红门镇建新庄西路 16 号					8.47	13.96	5.49	14.97	9.48	
47	福建省厦门市同安区城东中路 118 号		6.66	11.39	4.73	16.88	12.14				

序号	仓库地址	2019 年期末库存金额	2019 年当期增加金额	2019 年当期减少金额	2019 年期初/2018 年期末库存金额	2018 年当期增加金额	2018 年当期减少金额	2018 年期初/2017 年期末库存金额	2017 年当期增加金额	2017 年当期减少金额	2017 年期初金额
48	福州市马尾区建星路 198 号宜丰冷库	0.18			0.18	18.73	22.99	4.44	30.36	25.92	
49	广州市增城区石滩镇石顺大道 342 号	662.08	20,964.64	21,022.10	719.54	23,922.12	23,548.28	345.69	12,787.48	12,966.36	524.57
50	佛山市三水区中心科技工业区芦苞园 D 区 15 号	602.24	31,041.09	31,488.73	1,049.88	21,873.20	21,537.95	714.63	23,346.51	23,438.11	806.23
51	广东省广州市白云区云城东路 569 号首层 109、110 号	23.71	282.68	296.82	37.85	295.03	268.87	11.69	111.63	110.64	10.70
52	广东省广州市永和经济技术开发区新业路 5 号					637.05	637.05				
53	广东省广州市增城区石滩镇红荔中路 27 号			157.60	157.60	2,751.41	2,779.12	185.31	3,217.00	3,153.64	121.95
54	河北省廊坊市开发区新源东道 16 号	15.64	112.33	104.12	7.43	31.74	24.30				
55	江苏省淮安市淮海北路 50 号			0.62	0.62	1.62	6.32	5.32	10.31	5.00	

序号	仓库地址	2019 年期末库存金额	2019 年当期增加金额	2019 年当期减少金额	2019 年期初/2018 年期末库存金额	2018 年当期增加金额	2018 年当期减少金额	2018 年期初/2017 年期末库存金额	2017 年当期增加金额	2017 年当期减少金额	2017 年期初金额
56	山东省青岛市城阳区空港工业区								12.12	12.12	
57	深圳龙岗区平吉大道 78 号友信食品城		249.14	257.48	8.33	231.80	235.98	12.51	22.87	10.36	
58	深圳市龙华新区清祥路 23 号清湖冷链（G94 梅观高速华为出口第一个红绿灯左转 500 米）								3.62	3.62	
59	石家庄雨润农产品全球采购中心			53.68	53.68	1,056.06	1,126.78	124.40	1,500.99	1,376.59	
60	西安经济技术开发区凤城三路 33 号						1.35	1.35	112.16	110.82	
61	浙江省湖州市长兴县经济技术开发区莘桥路 158 号-1	27.20	713.09	775.78	89.88	7,551.36	7,527.27	65.80	151.45	85.65	
合计		6,383.88	211,312.16	212,475.27	7,546.99	170,928.84	168,802.34	5,420.49	123,634.25	122,554.12	4,340.36

前述仓库库存商品当期减少额与销售额的匹配关系如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
一、①仓库库存商品当期减少金额	212,475.27	168,802.34	122,554.12
②内部移库	114,926.67	80,708.94	54,448.94
③生产领用	4,291.72	4,825.45	4,293.77
④研发领用	288.49	668.21	787.38
⑤存货对外销售领用：①-②-③-④	92,968.40	82,599.74	63,024.02
⑥发出商品净增加额	-417.07	304.61	596.24
⑦试运行期成本计入在建工程			423.43
⑧测算的主营业务成本:⑤-⑥-⑦	93,385.47	82,295.14	62,004.35
二、主营业务毛利率	41.26%	37.60%	35.17%
三、测算的销售金额：⑧/(1-主营业务毛利率)	158,977.45	131,878.69	95,648.12
四、实际销售金额	158,264.64	131,194.25	95,429.35
五、差异率	-0.45%	-0.52%	-0.23%

如上表所示，报告期内，前述仓库的库存商品减少金额在剔除内部移库以及生产领用、研发领用等用途后，用于销售的存货（除发出商品未结转营业成本和营业成本计入在建工程外）所测算的销售收入与公司营业收入规模差额较小，报告期内差异率分别为 0.23%、0.52%和 0.45%。存在小额差异的原因是公司存货减少金额还存在零星的展会领用、销售推广领用、存货报损等。因此，公司仓库存款商品变动情况与销售额具备匹配关系。

四、 各期研发支出、其中资本化与费用化的相关依据及具体金额；

（一） 报告期各期研发支出及实施情况

1、公司 2019 年研发费用支出情况如下表所示：

单位：万元

项目名称	金额	预算金额	费用化金额	资本化金额	实施进度
甜片油制备关键技术研发	83.96	80.00	83.96		已结项
非氢无反奶油关键技术研究	317.61	310.00	317.61		已结项
多口味烘焙类馅料制备工艺技术研发	195.53	190.00	195.53		已结项

项目名称	金额	预算金额	费用化金额	资本化金额	实施进度
用于奶盖的奶油制备关键技术研发	218.41	220.00	218.41		已结项
果馅用复配褐变抑制剂及制备技术研发	133.09	130.00	133.09		已结项
高端果馅产品工艺提升关键技术研发	537.02	520.00	537.02		已结项
酶法对水果表面处理应用技术研发	186.39	180.00	186.39		已结项
新品巧克力的研发	255.26	240.00	255.26		小试
蓝莓果酒冷冻浓缩发酵关键技术研究	13.14	15.00	13.14		已结项
高品质巧克力制备工艺提升技术研发	195.64	190.00	195.64		已结项
果酱类产品感官品评标准体系建立与应用技术研发	63.90	60.00	63.90		已结项
果酱类产品保质期测试及应用技术研发	61.45	60.00	61.45		已结项
果类产品冷处理加工及应用技术研发	82.95	80.00	82.95		已结项
莲蓉蛋黄饼新品研发与应用	76.01	75.00	76.01		已结项
帝王酥（饼）新品研发与应用	63.54	63.00	63.54		已结项
葡挞升级研发与应用	152.70	152.00	152.70		已结项
熟品日配系列产品研发与应用	156.30	155.00	156.30		已结项
披萨面团研发与应用	78.28	78.00	78.28		已结项
欧包系列产品研发与应用	125.02	124.00	125.02		已结项
植物奶油慕斯蛋糕系列产品研发	74.79	74.00	74.79		已结项
黄油蛋糕系列研发与应用	86.70	86.00	86.70		已结项
慕斯蛋糕抗老化技术的研究与应用	160.39	159.00	160.39		已结项
可常温储存的西点奶油夹心关键技术的研发	129.47	125.00	129.47		已结项
含有咸蛋黄的西点奶油夹心制备方法的研发	89.32	85.00	89.32		已结项
蛋挞用水果风味酱制备技术的研发	73.96	75.00	73.96		已结项

项目名称	金额	预算金额	费用化金额	资本化金额	实施进度
水果提取物在沙拉酱上的应用技术的研发	132.17	125.00	132.17		已结项
提拉米苏风味的耐烘烤乳化酱料制备方法的研发	130.43	123.00	130.43		已结项
干燥桑叶粉在乳化酱料应用技术的研发	59.73	60.00	59.73		已结项
烘培用面团预混料制备关键技术的研发	79.85	80.00	79.85		中试
西点奶油夹心应用时防胀破现象改进技术的研发	61.65	60.00	61.65		中试
可用于烹饪的高品质沙拉酱的研发	40.35	40.00	40.35		中试
乳化酱料耐剪切关键技术研发	35.52	40.00	35.52		中试
合计	4,150.52	4,054.00	4,150.52		-

2、公司 2018 年研发费用支出情况如下表所示：

单位：万元

项目名称	金额	预算金额	费用化金额	资本化金额	实施进度
糖衣巧克力技术研究（工艺、不同内核裹糖衣技术）	66.90	70.00	66.90		已结项
新品巧克力	117.56	120.00	117.56		中试
巧克力立体转印和浇注关键技术研究	34.89	40.00	34.89		已结项
牛奶奶油（奶盖奶油）	116.90	100.00	116.90		中试
多口味烘焙类馅料	154.44	150.00	154.44		中试
巧克力酱应用于蛋糕描图	47.46	50.00	47.46		已结项
酶法对水果表面处理的应用及研究	231.77	220.00	231.77		中试
非氢无反奶油关键技术研究	266.72	260.00	266.72		中试
甜片油研制开发	79.12	80.00	79.12		中试
蓝莓果酒冷冻浓缩发酵关键技术研究	59.84	60.00	59.84		中试

项目名称	金额	预算金额	费用化金额	资本化金额	实施进度
高乳脂含量植脂奶油	194.86	200.00	194.86		已结项
高端果馅产品系列	259.68	250.00	259.68		中试
（三水）巧克力生产线建造	114.27	110.00	114.27		小试
果馅用复配褐变抑制剂的开发及工艺研究	234.56	220.00	234.56		中试
蛋黄酥新品开发	35.26	35.00	35.26		已结项
欧包类产品工艺的研究和应用（干果、全麦）	131.44	125.00	131.44		已结项
吐司面包的制作及其生产工艺的研究和应用（全麦、英式、黑裸麦）	137.98	135.00	137.98		已结项
瑞士卷新品开发	76.01	75.00	76.01		已结项
迷你注馅甜甜圈新品开发	73.71	70.00	73.71		已结项
蜂蜜蛋糕产品品项扩展研究与应用（肉松、橙丝）	75.59	75.00	75.59		已结项
精装葡挞皮新品工艺研究与应用	127.57	125.00	127.57		已结项
慕斯蛋糕保水性技术的研究与应用	147.77	145.00	147.77		已结项
风味西点奶油夹心及其制备工艺研究	258.03	250.00	258.03		已结项
番茄沙司制备工艺研究	129.11	125.00	129.11		已结项
抗冻型沙拉酱制备关键技术研究	149.64	145.00	149.64		已结项
抗氧化蛋黄低脂沙拉酱制备工艺研究	105.64	100.00	105.64		已结项
烘焙型沙拉酱制备关键技术研究	183.91	175.00	183.91		已结项
合计	3,610.62	3,510.00	3,610.62		-

3、公司 2017 年研发费用支出情况如下表所示：

单位：万元

项目名称	金额	预算金额	费用化金额	资本化金额	实施进度
低糖含乳植脂奶油关键技术研究	233.22	220.00	233.22		已结项

项目名称	金额	预算金额	费用化金额	资本化金额	实施进度
低脂健康型含乳植脂奶油关键技术研究	197.31	190.00	197.31		已结项
蓝莓果酒冷冻浓缩发酵关键技术研究	270.09	270.00	270.09		小试
风味型巧克力关键技术研究	114.24	110.00	114.24		已结项
巧克力立体转印和浇注关键技术研究	85.42	80.00	85.42		中试
果馅系列产品防褐变关键技术研究	152.97	145.00	152.97		小试
多品种芒果、菠萝、蓝莓原料应用技术(品种、口味、特性、加工方法等确定）	285.11	280.00	285.11		已结项
干酪素制酪朊酸钠技术研究	53.88	50.00	53.88		已结项
长保质期低水活度果馅关键技术研究	116.58	120.00	116.58		已结项
非氢无反奶油关键技术研究	129.15	130.00	129.15		小试
慕斯蛋糕保水性技术的研究与应用	101.72	105.00	101.72		已结项
披萨制作及其生产工艺的的研发	135.94	140.00	135.94		已结项
采用二次发酵技术制作面包工艺的研究与应用	92.87	95.00	92.87		已结项
起酥老婆饼的制作及其生产工艺的研究与应用	98.70	100.00	98.70		已结项
华夫饼制作方法及其生产工艺的研究与应用	94.65	100.00	94.65		已结项
应用于甜甜圈油炸炉的滤油工艺技术的研究与应用	105.77	110.00	105.77		已结项
全自动丹麦起酥面包生产工艺的研究与应用	89.03	90.00	89.03		已结项
协同办公管理云系统的研发	56.45	60.00	56.45		已结项
牛角面包生产工艺的研究与应用	82.50	85.00	82.50		已结项
高粘度水包油乳化体系自动化生产工艺的研发与应用	6.04	6.00	6.04		已结项
水包油型乳状液中脂质-多糖微粒形成与聚集技术研究	26.36	25.00	26.36		已结项

项目名称	金额	预算金额	费用化金额	资本化金额	实施进度
可塑形耐烘烤奶酪风味乳化组合物及其关键技术研究	35.07	30.00	35.07		已结项
奶酪样制品制备及其防腐栅栏技术研究	69.83	65.00	69.83		已结项
起酥类食品用夹心馅料耐烘烤稳定性关键技术研究	101.91	100.00	101.91		已结项
工业用长保质期酸性乳化调味料及其制备工艺技术研究	118.28	115.00	118.28		已结项
耐烘烤含有均匀悬浮颗粒微小果粒果酱关键技术研究	105.67	105.00	105.67		已结项
合计	2,958.78	2,926.00	2,958.78		-

报告期内，公司的各项研发成果一方面使得公司新技术、新产品不断推出，另一方面也对公司已有技术进行了深化改良，对公司的整体技术水平提升起到了积极推动作用。

报告期内各期，公司研发支出全部予以费用化。

（二） 研发费用归集和会计核算的依据

报告期内，公司结合自身经营模式，将研发投入全部费用化，不存在研发支出结转无形资产的情形。

根据《企业会计准则第 6 号——无形资产》规定，企业内部研究开发项目研究阶段的支出，应当于发生时计入当期损益。企业内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件的，才能确认为无形资产：

1、 完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；

2、 具有完成该无形资产并使用或出售的意图；

3、 无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，应当证明其有用性；

4、 有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发， 并有能力使用或出售该无形资产；

5、 归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

公司研发流程主要包括立项阶段、研究阶段（包含研究、小试和中试三个阶段）、产品测试及评审（包含产品测试、工试、试销、研发中评、项目结题）、产业化阶段等阶段，公

司研发项目大部分是基于现有的技术储备基础上，结合新增的需求或性能完善型需求来确定研发目标，主要是用于改进公司现有产品的生产工艺、性能等，以更好地适应市场需求，一般不会形成新的技术和生产工艺，研发项目已结项，也不等同于应用到了生产环节，从而不会形成单独的可直接对外销售的产品。除公司内部的项目管理文件外，缺乏足够的外部证据来证明其经济效益及有用性。因此，公司研发支出不完全符合资本化条件，基于谨慎性原则，公司将研发支出全部予以费用化。

五、 结合费用明细项目，量化披露发行人销售费用率、管理费用率、研发费用率与同行业可比公司平均水平的差异及合理性，费用核算是否存在跨期情况；

报告期内，公司销售费用率、管理费用率、研发费用率情况如下：

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额（万元）	占营业收入的比例	金额（万元）	占营业收入的比例	金额（万元）	占营业收入的比例
销售费用	30,841.16	19.47%	27,903.98	21.24%	19,834.28	20.75%
管理费用	7,095.34	4.48%	9,827.85	7.48%	4,172.50	4.36%
研发费用	4,150.52	2.62%	3,610.62	2.75%	2,958.78	3.09%
合计	42,087.02	26.57%	41,342.45	31.47%	26,965.56	28.20%

报告期内，公司销售费用率、研发费用率变动较小。2018 年管理费用率较大，主要系因 2018 年公司对员工实施股权激励，计提相关股份支付费用 3,665.22 万元。剔除该部分影响，2018 年管理费用率为 4.69%。

（一） 销售费用分析

1、报告期内，公司销售费用各项目支出及占比情况如下：

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额(万元)	占比	金额(万元)	占比	金额(万元)	占比
职工薪酬	11,331.72	36.74%	10,081.37	36.13%	6,832.36	34.45%
运输费	8,879.94	28.79%	7,980.11	28.60%	6,133.86	30.93%
差旅费	4,020.95	13.04%	3,812.14	13.66%	2,814.69	14.19%
业务推广费	2,245.32	7.28%	1,889.16	6.77%	1,313.10	6.62%
仓储费	1,904.01	6.17%	1,983.44	7.11%	1,272.18	6.41%
业务招待费	488.90	1.59%	443.69	1.59%	283.92	1.43%
广告宣传费	401.31	1.30%	248.43	0.89%	172.34	0.87%

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额（万元）	占比	金额（万元）	占比	金额（万元）	占比
咨询服务费	418.05	1.36%	469.80	1.68%	380.06	1.92%
会议及培训费	380.67	1.23%	339.45	1.22%	105.71	0.53%
办公费	325.48	1.06%	243.31	0.87%	206.99	1.04%
租赁费	305.84	0.99%	298.95	1.07%	256.12	1.29%
折旧及摊销	131.42	0.43%	110.83	0.40%	62.51	0.32%
其他	7.55	0.02%	3.29	0.01%	0.45	0.00%
合计	30,841.16	100.00%	27,903.97	100.00%	19,834.28	100.00%

报告期内，公司销售费用分别为 19,834.28 万元、27,903.98 万元和 30,841.16 万元，占同期营业收入的比重分别为 20.75%、21.24%和 19.47% ，报告期内各期变动较小。公司销售费用主要包括职工薪酬、运输费、差旅费、仓储费、业务推广费等，上述费用合计占销售费用的比重分别为 92.60% 、92.27%、92.03%。

2、报告期内，同行业各可比公司的销售费用率整体情况如下表：

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
海融科技	24.86%	24.54%	22.62%
南侨股份			12.81%
桃李面包	21.76%	20.66%	18.55%
麦趣尔	21.53%	30.11%	29.16%
元祖股份	42.42%	43.38%	42.86%
平均值	28.57%	29.68%	25.20%
立高食品	19.47%	21.24%	20.75%

公司的销售费用率低于麦趣尔和元祖股份，与海融科技、桃李面包较为接近，高于南侨股份，这与各公司的产品结构、销售模式及客户结构有关。麦趣尔和元祖股份部分产品通过自建的烘焙连锁终端进行销售，需要设立终端门店，租赁费用支出较多，导致销售费用率较高。南侨股份主要产品为油脂等大宗原料，单位客户采购规模大，因此，其销售人员人均销售收入较高。2017 年南侨股份销售人员人均贡献营业收入 597.44 万元，而同期公司和海融科技销售人员人均产值为 179.15 万元和 135.42 万元，因此，南侨股份销售费用率较低。

报告期内，同行业各可比公司的销售费用各费用明细项目情况如下表：

2019年度												
项目	立高食品		同行业均值		海融科技		桃李面包		麦趣尔		元祖股份	
	金额（万元）	占营业收入比重	金额（万元）	占营业收入比重	金额（万元）	占营业收入比重	金额（万元）	占营业收入比重	金额（万元）	占营业收入比重	金额（万元）	占营业收入比重
营业收入	158,372.95		228,013.00		58,357.18		564,370.98		67,057.04		222,266.81	
销售费用合计	30,841.16	19.47%	61,504.91	26.97%	14,505.18	24.86%	122,789.64	21.76%	14,438.70	21.53%	94,286.14	42.42%
职工薪酬	11,331.72	7.16%	19,667.85	8.63%	6,782.14	11.62%	29,290.19	5.19%	6,196.66	9.24%	36,402.41	16.38%
差旅费	4,020.95	2.54%	1,086.45	0.48%	2,082.18	3.57%	648.93	0.11%	78.52	0.12%	1,536.19	0.69%
运输费	8,879.94	5.61%	20,964.18	9.19%	3,466.57	5.94%	70,864.78	12.56%	1,675.77	2.50%	7,849.62	3.53%
仓储费	1,904.01	1.20%	157.51	0.27%	157.51	0.27%						
业务推广费	2,245.32	1.42%	921.73	1.58%	921.73	1.58%						
广告宣传费	401.31	0.25%	5,822.07	2.55%	284.40	0.49%	4,750.21	0.84%	485.45	0.72%	17,768.24	7.99%
租赁费	305.84	0.19%	5,390.09	2.36%	96.44	0.17%	1,345.92	0.24%	2,836.96	4.23%	17,281.04	7.77%
办公费	325.48	0.21%	1,549.77	0.68%	9.01	0.02%	1,392.58	0.25%	392.74	0.59%	4,404.73	1.98%
门店费用			13,368.87	2.37%			13,368.87	2.37%				
折旧及摊销	131.42	0.08%	1,332.63	0.58%	8.13	0.01%	337.88	0.06%	586.20	0.87%	4,398.29	1.98%
其他	1,295.17	0.82%	2,079.84	0.91%	697.07	1.19%	790.29	0.14%	2,186.40	3.26%	4,645.62	2.09%

2018 年度

项目	立高食品		同行业均值		海融科技		桃李面包		麦趣尔		元祖股份	
	金额（万元）	占营业收入比重	金额（万元）	占营业收入比重	金额（万元）	占营业收入比重	金额（万元）	占营业收入比重	金额（万元）	占营业收入比重	金额（万元）	占营业收入比重
营业收入	131,345.30		198,319.06		54,106.35		483,327.76		60,020.52		195,821.59	
销售费用合计	27,903.98	21.24%	54,045.38	27.25%	13,279.95	24.54%	99,876.11	20.66%	18,072.68	30.11%	84,952.77	43.38%
职工薪酬	10,081.37	7.68%	18,224.07	9.19%	6,093.34	11.26%	25,888.55	5.36%	8,181.05	13.63%	32,733.34	16.72%
差旅费	3,812.14	2.90%	876.79	0.44%	1,615.54	2.99%	531.66	0.11%	68.63	0.11%	1,291.33	0.66%
运输费	7,980.11	6.08%	17,386.94	8.77%	3,053.94	5.64%	58,166.78	12.03%	1,304.76	2.17%	7,022.29	3.59%
仓储费	1,983.44	1.51%	139.33	0.26%	139.33	0.26%						
业务推广费	1,889.16	1.44%	1,311.89	2.42%	1,311.89	2.42%						
广告宣传费	248.43	0.19%	5,104.04	2.57%	353.51	0.65%	4,170.23	0.86%	988.17	1.65%	14,904.27	7.61%
租赁费	298.95	0.23%	5,667.73	2.86%	91.04	0.17%	1,135.84	0.24%	4,810.87	8.02%	16,633.17	8.49%
办公费	243.31	0.19%	1,512.08	0.76%	0.38	0.00%	1,007.46	0.21%	733.19	1.22%	4,307.30	2.20%
门店费用			8,053.83	1.67%			8,053.83	1.67%				
折旧及摊销	110.83	0.08%	1,300.48	0.66%	9.26	0.02%	286.19	0.06%	756.97	1.26%	4,149.51	2.12%
其他	1,256.22	0.96%	1,596.97	0.81%	611.72	1.13%	635.57	0.13%	1,229.04	2.05%	3,911.56	2.00%

2017 年度												
项目	立高食品		同行业均值		海融科技		桃李面包		麦趣尔		元祖股份	
	金额（万元）	占营业收入比重	金额（万元）	占营业收入比重	金额（万元）	占营业收入比重	金额（万元）	占营业收入比重	金额（万元）	占营业收入比重	金额（万元）	占营业收入比重
营业收入	95,599.15		172,694.35		47,124.49		407,970.99		57,957.82		177,724.11	
销售费用合计	19,834.28	20.75%	44,850.53	25.97%	10,661.43	22.62%	75,665.46	18.55%	16,897.98	29.16%	76,177.24	42.86%
职工薪酬	6,832.36	7.15%	15,972.14	9.25%	5,232.80	11.10%	20,667.47	5.07%	8,774.53	15.14%	29,213.76	16.44%
差旅费	2,814.69	2.94%	770.64	0.45%	1,365.53	2.90%	476.46	0.12%	72.40	0.12%	1,168.18	0.66%
运输费	6,133.86	6.42%	13,114.20	7.59%	2,538.08	5.39%	43,069.56	10.56%	769.21	1.33%	6,079.95	3.42%
仓储费	1,272.18	1.33%	129.59	0.27%	129.59	0.27%						
业务推广费	1,313.10	1.37%	671.66	1.43%	671.66	1.43%						
广告宣传费	172.34	0.18%	3,983.29	2.31%	205.84	0.44%	3,204.40	0.79%	461.93	0.80%	12,060.98	6.79%
租赁费	256.12	0.27%	5,226.71	3.03%	92.23	0.20%	1,013.66	0.25%	4,102.28	7.08%	15,698.68	8.83%
办公费	206.99	0.22%	1,446.43	0.84%	2.07	0.00%	823.42	0.20%	726.65	1.25%	4,233.57	2.38%
门店费用			5,594.86	1.37%			5,594.86	1.37%				
折旧及摊销	62.51	0.07%	1,451.17	0.84%	1.26	0.00%	265.84	0.07%	1,167.74	2.01%	4,369.83	2.46%
其他	770.14	0.59%	1,286.92	0.75%	422.37	0.78%	549.78	0.11%	823.25	1.37%	3,352.29	1.71%

注 1：由于无法获取南侨股份 2018 年及 2019 年数据，故上表不包括南侨股份。

报告期内，公司销售费用率低于以奶油为主要产品的海融科技，主要是差异是由薪酬占比不同造成的。公司产品除奶油外，还包括冷冻烘焙食品和酱料，且该两类产品收入占比快速上升。公司与海融科技产品结构不同，薪酬考核体系也不一样，进而导致薪酬也存在一定的差异。

桃李面包以商超销售为主，麦趣尔和元祖股份部分产品通过自建的烘焙连锁终端进行销售，销售人员出差较少，导致销售费用中差旅费占营业收入比重较低。

公司与海融科技销售费用中运输费占营业收入的比例基本一致，高于麦趣尔。麦趣尔和元祖股份均采用直营，故运输费较低。桃李面包主要在商超销售，送货地点分散，故运输费较高。

麦趣尔和元祖股份部分产品通过自建的烘焙连锁终端进行销售，需要设立终端门店，租赁费用支出较多，导致销售费用率较高。

（二） 管理费用分析

1、报告期内，公司管理费用各项目支出及占比情况如下：

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额（万元）	占比	金额（万元）	占比	金额（万元）	占比
职工薪酬	4,024.01	56.71%	3,028.93	30.82%	2,212.70	53.03%
办公费	864.21	12.18%	932.43	9.49%	376.12	9.01%
折旧及摊销	453.50	6.39%	307.37	3.13%	232.62	5.58%
租赁费	403.58	5.69%	395.68	4.03%	328.03	7.86%
咨询服务费	344.10	4.85%	379.32	3.86%	415.66	9.96%
会议费及培训费	293.20	4.13%	322.13	3.28%	163.05	3.91%
差旅费	222.51	3.14%	160.44	1.63%	143.28	3.43%
业务招待费	179.55	2.53%	158.74	1.62%	105.01	2.52%
物料消耗费	170.44	2.40%	201.70	2.05%	88.41	2.12%
绿化维护费	92.44	1.30%	59.98	0.61%	50.62	1.21%
存货盈亏	38.68	0.55%	161.72	1.65%	49.84	1.19%
残疾人保障金	9.13	0.13%	54.19	0.55%	7.15	0.17%
股份支付			3,665.22	37.29%		
合计	7,095.34	100.00%	9,827.85	100.00%	4,172.50	100.00%

报告期内，公司管理费用分别为 4,172.50 万元、9,827.85 万元和 7,095.34 万元。2018 年，公司因实施员工持股，计提了股份支付费用 3,665.22 万元。剔除股份支付的影响，报告期内，公司管理费用分别为 4,172.50 万元、6,162.63 万元、7,095.34 万元，占当年营业收入比重分别为 4.36%、4.69%和 4.48% ，报告期内未发生较大变化。

2、报告期内，同行业各可比公司的管理费用率整体情况如下表：

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
海融科技	8.42%	7.59%	6.69%
南侨股份			6.12%
桃李面包	1.80%	1.84%	1.89%
麦趣尔	10.75%	12.30%	8.52%
元祖股份	5.00%	5.62%	6.54%
平均值	5.85%	6.84%	5.95%
立高食品	4.48%	4.69%	4.36%

注 1：公司 2018 年管理费用率剔除了股份支付的影响；

注 2：2017 年，研发费用科目在报表中未单独列示，为与公司及海融科技、南侨股份保持一致，桃李面包、麦趣尔、元祖股份在计算管理费用率时，剔除了管理费用中研发费用的影响。

公司管理费用率高于桃李面包，而低于海融科技和麦趣尔，主要是因为公司较海融科技、麦趣尔的收入规模大，但远低于桃李面包，收入规模较大的公司往往具有一定的规模经济性。

报告期内，同行业各可比公司的管理费用各费用明细项目情况如下表：

2019年度

项目	立高食品		同行业均值		海融科技		桃李面包		麦趣尔		元祖股份	
	金额（万元）	占营业收入比重	金额（万元）	占营业收入比重	金额（万元）	占营业收入比重	金额（万元）	占营业收入比重	金额（万元）	占营业收入比重	金额（万元）	占营业收入比重
营业收入	158,372.95		228,013.00		58,357.18		564,370.98		67,057.04		222,266.81	
管理费用合计	7,095.34	4.48%	8,353.52	3.66%	4,913.63	8.42%	10,171.81	1.80%	7,209.89	10.75%	11,118.74	5.00%
职工薪酬	4,024.01	2.54%	4,850.66	2.13%	3,013.95	5.16%	6,466.18	1.15%	3,616.86	5.39%	6,305.65	2.84%
办公费	864.21	0.55%	533.62	0.23%	304.24	0.52%	853.22	0.15%	17.09	0.03%	959.92	0.43%
租赁费	403.58	0.25%	133.50	0.06%	27.87	0.05%	336.45	0.06%	20.95	0.03%	148.74	0.07%
折旧摊销	453.50	0.29%	1,008.20	0.44%	467.82	0.80%	962.79	0.17%	1,061.01	1.58%	1,541.17	0.69%
咨询顾问费	344.10	0.22%	453.80	0.16%			596.43	0.11%	386.97	0.58%	377.99	0.17%
差旅费用	222.51	0.14%	268.34	0.12%	177.48	0.30%	186.99	0.03%	240.75	0.36%	468.15	0.21%
其他	783.44	0.49%	1,218.85	0.53%	922.23	1.58%	769.76	0.14%	1,866.26	2.78%	1,317.13	0.59%

2018年度												
项目	立高食品		同行业均值		海融科技		桃李面包		麦趣尔		元祖股份	
	金额（万元）	占营业收入比重	金额（万元）	占营业收入比重	金额（万元）	占营业收入比重	金额（万元）	占营业收入比重	金额（万元）	占营业收入比重	金额（万元）	占营业收入比重
营业收入	131,345.30		198,317.81		54,106.35		483,322.76		60,020.52		195,821.59	
管理费用合计	9,827.85	7.48%	7,903.23	3.99%	4,104.55	7.59%	8,875.97	1.84%	7,629.54	12.71%	11,002.84	5.62%
职工薪酬	3,028.93	2.31%	4,349.79	2.19%	2,653.81	4.90%	5,770.02	1.19%	3,034.03	5.05%	5,941.29	3.03%
办公费	932.43	0.71%	600.53	0.30%	214.46	0.40%	702.74	0.15%	358.90	0.60%	1,126.01	0.58%
股份支付	3,665.22	2.79%										
租赁费	395.68	0.30%	94.78	0.05%	22.79	0.04%	240.93	0.05%	1.18	0.00%	114.23	0.06%
折旧摊销	307.37	0.23%	1,010.97	0.51%	303.81	0.56%	861.43	0.18%	1,333.32	2.22%	1,545.31	0.79%
咨询顾问费	379.32	0.29%	473.88	0.19%			379.72	0.08%	766.92	1.28%	274.99	0.14%
差旅费用	160.44	0.12%	249.05	0.13%	174.01	0.32%	219.47	0.05%	115.84	0.19%	486.89	0.25%
其他	958.46	0.73%	1,242.70	0.63%	735.67	1.36%	701.65	0.15%	2,019.35	3.36%	1,514.11	0.77%

2017年度

项目	立高食品		同行业均值		海融科技		桃李面包		麦趣尔		元祖股份	
	金额（万元）	占营业收入比重	金额（万元）	占营业收入比重	金额（万元）	占营业收入比重	金额（万元）	占营业收入比重	金额（万元）	占营业收入比重	金额（万元）	占营业收入比重
营业收入	95,599.15		172,694.35		47,124.49		407,970.99		57,957.82		177,724.11	
管理费用合计	4,172.50	4.36%	6,952.21	4.03%	3,152.66	6.69%	7,696.77	1.89%	5,329.16	9.19%	11,630.23	6.54%
职工薪酬	2,212.70	2.31%	3,962.57	2.29%	1,892.85	4.02%	5,079.39	1.25%	2,792.34	4.82%	6,085.68	3.42%
办公费	376.12	0.39%	528.84	0.31%	166.17	0.35%	703.81	0.17%	247.86	0.43%	997.52	0.56%
股份支付									-694.37	-1.20%		
租赁费	328.03	0.34%	95.84	0.06%	31.75	0.07%	233.14	0.06%			118.46	0.07%
折旧摊销	232.62	0.24%	944.41	0.55%	342.46	0.73%	680.59	0.17%	1,065.38	1.84%	1,689.21	0.95%
咨询顾问费	415.66	0.43%	309.14	0.14%			161.38	0.04%	516.91	0.89%	249.12	0.14%
差旅费用	143.28	0.15%	242.33	0.14%	175.62	0.37%	197.02	0.05%	127.51	0.22%	469.15	0.26%
其他	464.08	0.49%	3,044.16	1.76%	543.81	1.15%	641.43	0.16%	1,273.53	2.20%	2,021.09	1.14%

注 1：由于无法获取南侨股份 2018 年及 2019 年数据，故上表不包括南侨股份。

注 2：咨询顾问费海融科技无数据，在计算同行业可比公司数据时剔除该公司，取其他三家的平均数。

公司收入规模与元祖股份相近，管理费用率略低于元祖股份，主要系因为元祖股份产品相对高端，主要经营场所均在一二线城市，员工薪酬及办公场所摊销金额较高所致。

公司及南沙厂区用房系租赁使用，故管理费用中租赁费占营业收入的比重要高于同行业可比公司，管理费用中折旧与摊销占营业收入的比重要低于同行业可比公司。

（三）研发费用分析

报告期内，公司研发费用各项目支出及占比情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
职工薪酬	1,847.56	44.51%	1,443.37	39.98%	1,036.37	35.03%
直接投入	1,770.76	42.66%	1,783.75	49.40%	1,604.00	54.21%
折旧摊销	76.12	1.83%	99.31	2.75%	67.12	2.27%
其他	456.09	10.99%	284.18	7.87%	251.29	8.49%
合计	4,150.52	100.00%	3,610.62	100.00%	2,958.78	100.00%

为保持市场竞争力，公司重视产品的研发工作，报告期内不断加大研发投入。公司研发费用主要由职工薪酬和直接材料构成。报告期内，随着研发人员数量和薪酬标准稳步提升，以及研发项目增多带来材料投入的增长，公司研发费用持续增加。报告期内，随着子公司产品销售收入的快速增长，公司合并口径研发费用占收入比重逐年下降，分别为 3.09%、2.75%、2.62%。

2、报告期内，同行业各可比公司的研发费用率整体情况如下表：

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
海融科技	3.70%	3.97%	3.70%
南侨股份	未披露	未披露	2.34%
桃李面包	0.16%	0.12%	0.12%
麦趣尔	0.49%	0.41%	0.67%
元祖股份	0.67%	0.69%	0.64%
平均值	1.25%	1.30%	1.50%
立高食品	2.62%	2.75%	3.09%

注：2017 年，因会计准则未要求在利润表中单独列示研发费用，公司桃李面包、麦趣尔、元祖股份研发费用取自其费用化的研发费用金额。

报告期内，公司研发费用率与海融科技、南侨股份较为接近，高于桃李面包、麦趣尔、元祖股份，主要是产品特性及其所需技术不同所致。

3、报告期内，同行业各可比公司的研发费用各费用明细项目情况如下表：

2019 年度

项目	立高食品		同行业均值		海融科技		桃李面包		麦趣尔		元祖股份	
	金额（万元）	占营业收入比重	金额（万元）	占营业收入比重	金额（万元）	占营业收入比重	金额（万元）	占营业收入比重	金额（万元）	占营业收入比重	金额（万元）	占营业收入比重
营业收入	158,372.95		228,013.00		58,357.18		564,370.98		67,057.04		222,266.81	
研发费用合计	4,150.52	2.62%	1,214.18	0.53%	2,158.70	3.70%	884.28	0.16%	326.22	0.49%	1,487.51	0.67%
职工薪酬	1,847.56	1.17%	879.19	0.39%	1,722.33	2.95%	508.66	0.09%	190.08	0.28%	1,095.70	0.49%
直接投入	1,770.76	1.12%	123.07	0.05%	257.84	0.44%	104.28	0.02%	21.11	0.03%	109.06	0.05%
折旧摊销	76.12	0.05%	62.96	0.03%	68.44	0.12%	161.46	0.03%	11.05	0.02%	10.87	0.00%
其 他	456.09	0.29%	148.96	0.07%	110.08	0.19%	109.88	0.02%	103.98	0.16%	271.89	0.10%

2018 年度

项目	立高食品		同行业可比公司		海融科技		桃李面包		麦趣尔		元祖股份	
	金额（万元）	占营业收入比重	金额（万元）	占营业收入比重	金额（万元）	占营业收入比重	金额（万元）	占营业收入比重	金额（万元）	占营业收入比重	金额（万元）	占营业收入比重
营业收入	131,345.30		244,416.90		54,106.35		483,322.76		60,020.52		195,821.59	
研发费用合计	3,610.62	2.75%	1,354.98	0.55%	2,147.82	3.97%	565.06	0.12%	247.10	0.41%	1,352.05	0.69%
职工薪酬	1,443.37	1.10%	1,049.98	0.43%	1,742.07	3.22%	391.29	0.08%			1,016.57	0.52%
直接投入	1,783.75	1.36%	184.42	0.15%	240.78	0.45%		0.00%			128.06	0.07%
折旧摊销	99.31	0.08%	48.57	0.02%	39.95	0.07%	94.84	0.02%			10.92	0.01%
其 他	284.18	0.22%	133.48	0.05%	125.01	0.23%	78.94	0.02%			196.50	0.07%

2017 年度

项目	立高食品		同行业可比公司		海融科技		桃李面包		麦趣尔		元祖股份	
	金额（万元）	占营业收入比重	金额（万元）	占营业收入比重	金额（万元）	占营业收入比重	金额（万元）	占营业收入比重	金额（万元）	占营业收入比重	金额（万元）	占营业收入比重
营业收入	95,599.15		210,939.86		47,124.49		407,970.99		57,957.82		177,724.11	
研发费用合计	2,958.78	3.09%	1,131.00	0.54%	1,741.71	3.70%	507.90	0.12%	391.01	0.67%	1,143.38	0.64%
职工薪酬	1,036.37	1.08%	883.87	0.42%	1,377.23	2.92%	366.41	0.09%			907.97	0.51%
直接投入	1,604.00	1.68%	152.87	0.14%	277.53	0.59%					28.22	0.02%
折旧摊销	67.12	0.07%	27.92	0.01%	24.28	0.05%	44.89	0.01%			14.57	0.01%
其 他	251.29	0.26%	117.30	0.06%	62.68	0.13%	96.60	0.02%			192.61	0.07%

注 1：由于无法获取南侨股份 2018 年及 2019 年数据，故上表不包括南侨股份。

注 2：2018 年及 2017 年麦趣尔研发费用未披露明细，则计算同行业可比公司数据时取其他三家公司数据平均；直接投入桃李面包无数据，在计算同行业可比公司数据时剔除该公司，取其他两家的平均数。

烘焙食品原料的制造过程需要经过一定的物理、化学、生物反应，除产品口味需满足下游客户需求外，还需要满足稳定性、运输存储便利性、保鲜性、可塑性等化学、物理特性，因此，需要每年投入较多资金用于技术研发。相比而言，烘焙成品对技术研发的投入相对较低。公司包含烘焙食品原材料，近几年公司不断推出新品以满足市场需求，因此研发费用中直接投入占营业收入比重较高；而桃李面包、麦趣尔、元祖股份的主要产品为面包、蛋糕等烘焙成品，研发费用中直接投入占营业收入比重较低。

另外，营业收入的规模也导致公司研发费用率与同行业可比公司存在一定差异。报告期内，公司营业收入远高于海融科技，故研发费用中薪酬占营业收入比重低于海融科技。

综上分析，公司销售费用率、管理费用率及研发费用率与同行业可比公司平均水平的差异合理。

（四）费用核算是否存在跨期情况

报告期内，公司各类期间费用已按照权责发生制记录于对应期间，报告期内各期末，公司根据实际发生但发票未到的费用进行暂估并计提入账，同时财务部告知各部门人员报销当期费用的截止日，避免跨期费用的产生，保证各类费用计提的准确性。因此，公司费用核算不存在跨期的情形。

六、 结合费用发生的对方单位，披露是否存在关联方或潜在关联方为发行人承担成本或代垫费用的情况。

（一） 销售费用

报告期内，公司销售费用中的主要类别系职工薪酬、运输费、差旅费、业务推广费及仓储费，上述费用发生的主要对方单位情况如下：

科目	主要对方单位	是否存在关联关系	是否为公司承担成本或代垫费用的情况
职工薪酬	公司员工	否	否
运输费	广州鑫赟冷冻运输有限公司、广东昕云冷链物流有限公司、江西永源物流有限公司等第三方物流公司	否	否
差旅费	铁路部门、航空公司及零散的餐厅、酒店等单位	否	否
业务推广费	广州敏睿装饰工程有限公司、北京贝克瑞会展服务有限责任公司、北京中连鼎和烘焙食品技术有限公司、上海博华国际展览有限公司等场地租赁、住宿、餐饮公司	否	否
仓储费	广州鑫赟冷冻运输有限公司、成都一鑫物流有限公司廊坊万纬冷链物流有限公司等第三方物流公司	否	否

（二） 管理费用

报告期内，公司管理费用中的主要类别系职工薪酬、办公费、折旧及摊销、租赁费、咨询服务费、会议费及培训费、股份支付，上述费用发生的主要对方单位情况如下：

科目	主要对方单位	是否存在关联关系	是否为公司承担成本或代垫费用的情况
职工薪酬	公司员工	是，公司的董事、监事和高级管理人员，为公司的关联方	否
办公费	办公用品购买、办公设施维护、车辆交通等费用的结算单位	否	否
折旧及摊销	公司自有的长期资产	否	否
租赁费	广东玉都房地产开发有限公司、广东宏鼎物业服务有限公司广州分公司等公司	否	否
	彭裕辉、赵松涛等股东	是	否
咨询服务费	广州领方信息科技有限公司及审计、律师等中介机构	否	否
会议费及培训费	京东、天猫、大型超市、零散的餐厅、物料领用等	否	否

注：公司报告期内租赁使用彭裕辉、赵松涛等股东所拥有的，分别位于佛山市三水区芦苞镇福绵东路 5 号和广州市白云区广园中路 318 号的办公物业，相关租赁费用按市场价格确定计入管理费用。

（三） 研发费用

报告期内，公司研发费用中的主要类别系公职工薪酬和直接材料，上述费用发生的主要对方单位情况如下：

科目	主要对方单位	是否存在关联关系	是否为公司承担成本或代垫费用的情况
职工薪酬	公司员工	是，公司的董事、监事和高级管理人员，为公司的关联方	否
直接材料	公司自有的材料	否	否

综上所述，公司依据公司的薪酬管理制度核算和支付董监高薪酬，所核算的办公租赁价格公允，不存在由关联方为公司承担成本或代垫费用的情形。除此之外，其他费用发生单位与公司不存在关联关系或潜在关联关系，亦不存在为公司承担成本或代垫费用的情形。

申报会计师执行的核查程序及核查意见

针对上述问题，申报会计师执行的主要核查程序如下：

1、 取得费用报销的相关制度，了解费用报销的流程；取得相应的会计凭证及原始凭证，查看审批手续是否健全，原始凭证是否合法合规，是否按照制度执行；

2、 获取报告期各期销售费用、管理费用明细表，向相关人员了解明细类别分类标准及日常会计处理的依据；

3、 获取费用明细账，复核加计正确，并将报表数、总账数和明细账合计数核对是否相符；将费用中的职工薪酬、折旧等与相关资产、负债科目核对，复核勾稽关系是否正确；

4、 检查凭证、合同等，了解销售费用、管理费用各类别核算的内容，分析报告期内各期主要类别变动原因是否合理；

5、 查询同行业可比公司销售费用、管理费用的项目，与公司类别进行比较，分析是否存在重大异常；

6、 获取并结合员工花名册、部门组织结构、考勤记录等，核实成本费用中的职工薪酬工资、社保及公积金是否与账面一致；分析不同类别员工人员、工资变动原因的合理性；获取当地工资水平，与公司薪酬进行比较；

7、 对主要运输供应商进行访谈，了解运输的服务内容、结算方式等，报告期内运输方为公司运输的产品情况，核对运输供应商结算单，以核实运输费的真实性和准确性；

8、 通过抽查大额期间费用合同、结算单据、付款单据，检查期间费用的各项明细包括运输费、仓储费、咨询服务费、广告宣传费、租赁费用等列支金额是否真实、准确；合同单位、开票单位、收款单位名称是否一致；

9、 检查业务招待费支出是否合理，是否经过恰当的授权审批；是否取得有效的原始凭证，如超过税法允许的税前抵扣金额，公司是否按规定进行纳税调整；

10、对主要仓储供应商进行访谈，并检查相关合同，了解仓储费的服务内容、结算方式等；获取公司各期内仓库明细情况及结算单，了解各仓库地点、仓库面积、具体用途、仓储费结算金额等，并与账面情况核对，检查是否与收入匹配；获取报告期内公司租赁合同，核查报告期内租赁费的具体明细及会计确认方法；

11、执行期间费用截止性测试，检查期间费用是否跨期；

12、检查公司年末计提费用明细及期后支出情况，检查了期后 1 月及 2 月 80%以上凭证；

13、分析报告期内销售费用、管理费用及研发费用各主要费用率在报告期内变化的原因及合理性；

14、查阅同行业可比公司对外公开披露资料，将公司销售费用率、管理费用率及研发费用率与同行业可比公司进行比较，分析差异以及合理性；

15、获取公司实际控制人、控股股东和其他主要关联方的资金流水、关于个人资金流水的说明和承诺；查阅费用发生的主要对方单位，通过国家企业信用信息公示系统、天眼查等公开网站信息，查阅主要对方单位的工商登记资料，关注是否存在关联方或其他关联方为公司承担成本、代垫费用的情形；

16、向相关人员了解与研发相关的内部控制并检查其执行情况；

17、获取报告期各期研发费用明细表；

18、检查凭证，了解研发费用核算的内容，判断其全部费用化是否符合《企业会计准则》的要求；

19、收集公司研发费用立项阶段、研究阶段、产品测试及评审的相关资料，并检查是否与账面记录情况一致。

经核查，申报会计师认为：

1、 公司销售费用、管理费用明细类别较多相同合理，与同行业可比公司分类不存在重大异常；各类费用明细类别的区分符合行业惯例；各类别主要构成变动合理，相关费用发生合理，金额计提准确；

2、 公司各岗位人员的逐年增长是为了满足业务发展和提升管理、研发水平的人才需求，具有合理性。报告期内，公司根据各业务发展的需要持续引入不同岗位的人员，使得营销体系更为完善，有效提升了整体的管理水平和研发实力，实现了业绩的逐年增长，进而也推动了各岗位员工平均薪酬的逐年提升；

3、 报告期内，公司销售费用、管理费用、研发费用中人工成本随着员工人数的增长以及薪酬标准的提升，呈现逐年增长的趋势，具有合理性；

4、 公司的平均薪酬与行业水平不存在重大差异，高于当地的薪资水平；

5、 公司销售费用中的仓储费以仓储服务费为主，分为固定费用和浮动费用，定价公允。公司仓库各期期初库存商品金额、当期增加及减少金额、期末库存金额（所有仓库的汇总数及各个仓库的具体数）与各期销售金额匹配；

6、 报告期内，公司研发费用支出全部费用化，各期末将“研发支出”发生额全部结转至当期损益，符合《企业会计准则》要求；

7、 公司销售费用率、管理费用率及研发费用率与同行业可比公司的差异合理，费用核查不存在跨期入账的情况；

8、 公司期间各类费用计提准确，不存在压低期间费用、关联方及潜在关联方为公司承担成本及代垫费用的情况。

问题 15、发行人的主要产品运输大多需要全程冷链管理。除短线运输采用自建物流车队外，对于长距离运输，公司委托专业的第三方冷链物流公司进行运输。随着公司销售收入的增长，公司运输费用随之增长。请发行人补充披露：（1）发行人自有物流与外购第三方物流实际发生的费用金额、占运输费用的比例及与同行业可比公司的比较情况，自有物流与外购第三方物流的单位成本比较，运费与发行人营业收入的匹配关系；（2）报告期内发行人与客户约定的运输费用承担方式及报告期内是否发生变化；（3）报告期内发行人主

要物流合作方情况，双方的合作历史，有关运输费用的约定条款，双方合作协议的有效期，主要权利义务的约定情况，报告期的变动情况，是否与发行人存在关联关系，报告期内运输批次、运输重量；（4）发行人对第三方物流公司的控制措施，如何防止发行人产品因不当运输而发生质量问题，报告期内是否存在因运输环节产生质量问题或其他纠纷的情况；（5）按照主要销售区域披露第三方物流的运输量、运输费用金额及运输单价，与销量是否匹配，是否均由发行人承担运费及运费的支付方式，分区域比较说明运费单价是否公允。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、 发行人自有物流与外购第三方物流实际发生的费用金额、占运输费用的比例及与同行业可比公司的比较情况，自有物流与外购第三方物流的单位成本比较，运费与发行人营业收入的匹配关系；

（一）自有物流与外购第三方物流实际发生的费用金额、占运输费用的比例

报告期内，公司主要物流模式为自有运输及第三方物流运输。针对烘焙食品原料，对于广东省内区域，公司一般通过自有车辆配送，配送半径覆盖约 300 公里；广东省外的区域则主要通过第三方物流公司进行配送。针对冷冻烘焙食品，公司自有车辆主要负责厂区及各地仓库至客户处的物流，对于厂区至各仓库间的干线运输，以及少量偏远地区客户的配送则由第三方物流公司负责。公司承担产品销售的配送费。

报告期内，公司运输费用详情如下：

单位：万元

运费明细	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
外部车辆	8,102.30	91.24%	7,262.37	91.01%	5,653.71	92.17%
自有车辆	624.81	7.04%	602.86	7.55%	422.73	6.89%
搬运、装卸等其他费用	152.84	1.72%	114.88	1.44%	57.43	0.94%
合计	8,879.94	100.00%	7,980.11	100.00%	6,133.86	100.00%

报告期内，公司外部车辆、自有车辆运输费用占运输费用比例保持稳定。公司运输费用主要为外部车辆运费，其占比均超过 90%。

（二）公司物流费用与可比公司对比情况

公司产品较多需要冷链运输，且客户分布全国，运输距离较长，因此公司较多选择第三方物流公司进行运输。同行业可比公司中，海融科技、南侨股份、桃李面包、麦趣尔、元祖股份均选择第三方物流公司进行运输，但未披露自有车辆及第三方物流的运输费用比例，根

据上述可比公司的招股说明书，其第三方物流公司运输情况如下：

公司	第三方物流公司运输情况
海融科技	产品运输均由第三方物流公司负责将产品运送至客户指定地点
南侨股份	使用第三方物流，但具体比例未披露
桃李面包	以委托第三方物流公司为主，自身组建运输车队为辅的物流模式
麦趣尔	采用自建运输车队与委托第三方物流公司相结合的物流模式
元祖股份	大部分产品由第三方物流公司冷链运输至各门店

公司运输费用占营业收入比重与可比公司对比情况如下：

单位：万元

公司名称	2019 年度	2018 年度	2017 年度
南侨股份	未披露	未披露	3.84%
海融科技	5.94%	5.64%	5.39%
元祖股份	3.53%	3.59%	3.42%
桃李面包	12.56%	12.03%	10.56%
麦趣尔	2.50%	2.17%	1.33%
可比公司平均	6.13%	5.86%	4.91%
立高食品	5.61%	6.08%	6.42%

报告期内，公司运输费用占销售收入比重与海融科技较为接近，高于麦趣尔、南侨股份以及元祖股份，低于桃李面包。与可比公司平均水平不存在较大差异。

（三）自有物流与外购第三方物流的单位成本比较

报告期内，公司自有物流与第三方物流单位成本比较情况如下：

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
第三方物流（元/KG）	0.90	0.90	0.88
自有物流（元/KG）	0.21	0.21	0.22
公司整体物流单位成本（元/KG）	0.74	0.72	0.74

报告期内，公司第三方物流及自有物流单位运输成本保持稳定，未发生较大变化。

公司第三方物流成本高于自有车辆成本，一方面是因为自有物流运输费仅包括过路费、油费等费用，整体费用较低；另一方面是因为自有车辆配送距离较近，第三方物流配送距离远所致。

（四）运费与发行人营业收入的匹配关系

公司的运费与营业收入之间没有直接的对应关系，而与销售重量和运输重量的关系更

为直接。报告期内，公司运费、销售量、运输量之间的匹配情况如下：

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售量（吨）	96,871.50	86,037.13	67,301.02
单位运输成本（元/KG）	0.74	0.72	0.74
运输量（吨）	119,914.64	110,106.58	83,241.17
运输费（万元）	8,879.94	7,980.11	6,133.86
运输量/销售量	1.24	1.28	1.24

报告期内，公司单位运输成本分别为 0.74 元/KG、0.72 元/KG、0.74 元/KG，保持稳定。

公司产品存在转运的情况，因此，运输量高于销售量，报告期内，运输量与销售量的比例分别为 1.24、1.28、1.24。2018 年，运输量与销售量的比例略高，主要原因是 2018 年年末，公司对奶油等产品做了较大规模的备货，备货产品生产完成后，即转运至外仓存储，但未在当年销售，致使当年运输量较高。

因此，公司销量及运量具有匹配性。

二、 报告期内发行人与客户约定的运输费用承担方式及报告期内是否发生变化；

根据公司与客户签订的协议，公司产品的运输费用均由公司承担，报告期内未发生变化。

三、 报告期内发行人主要物流合作方情况，双方的合作历史，有关运输费用的约定条款，双方合作协议的有效期，主要权利义务的约定情况，报告期的变动情况，是否与发行人存在关联关系，报告期内运输批次、运输重量；

（一）报告期内发行人主要物流合作方情况，双方的合作历史，有关运输费用的约定条款，双方合作协议的有效期，主要权利义务的约定情况，是否与发行人存在关联关系

1、发行人主要物流合作方情况及双方的合作历史

报告期内，公司主要物流合作方情况如下：

物流公司名称	法定代表人	注册资本	成立日期	企业公示的地址	股东信息	董事、监事及高级管理人员
广州鑫赟冷冻运输有限公司	邓傣木	500 万元	2005/7/7	广州市白云区太和镇石湖村石湖沙坑涌路 201 号华邦物流园 A2 栋 2201-2208 号（自主申报）	艾球明：58%；艾美仙：15%；艾燕华：10%；艾九兴：10%；邓傣木：5%；艾剑华：2%	邓傣木：执行董事兼总经理；艾剑华：监事
广州荣庆物流	张玉庆	2,000 万元	2011/10/8	广州市黄埔区方达路 6 号 B-1	希杰荣庆物流供应链有限公	张玉庆：执行董事兼总经理；

物流公司名称	法定代表人	注册资本	成立日期	企业公示的地址	股东信息	董事、监事及高级管理人员
供应链有限公司				栋 304	司：100%；	宋家左：监事
广东中北物流有限公司	边小艳	518 万元	2005/7/20	广东省广州市白云区太和镇谢家庄村第八经济合作社自编 1 号首层共 17 栋广州锦邦货运市场 C1 区 1333 号	边小艳：90% 宋伟：10%	边小艳：执行董事 宋伟：监事
广州顺信供应链管理有限公司	陈锐槐	1,000 万元	2007/2/5	广州市南沙区黄阁镇沙仔村沙中下街 114 号 223 房（仅限办公）	广州顺信物流发展有限公司：100%	陈锐槐：执行董事兼总经理； 蔡烨：监事
江西永源物流有限公司	刘红梅	100 万元	2017/3/16	江西省吉安市吉水县城龙华南大道 141 号	刘红梅：51%； 肖乐宝：49%	刘红梅：执行董事兼总经理； 田仁华：监事
江苏爱鲜行物流有限公司	谢立忠	1,000 万元	2016/2/6	南京市建邺区奥体大街 69 号新城科技大厦 1 栋 15 层	爱鲜行南京供应链管理有限公司：100%	谢立忠：执行董事兼总经理； 周静：监事
广州敏和运输有限公司	丘志堂	500 万元	2013/04/27	广州市从化鳌头镇前进中路 3 号第 4 幢自编 313 房	丘志堂：33%； 李峻：33%； 谭学坚：33%	丘志堂：执行董事兼总经理； 谭学坚：监事

公司主要第三方物流供应商均于2017年以前与公司开始合作，报告期内合作关系稳定。

2、有关运输费用的约定条款，双方合作协议的有效期，主要权利义务的约定情况

一般情况下，公司与主要第三方物流供应商每年签署一次年度协议，有效期一年。

有关运输费用，双方按照零担物流及包车物流两种方式分别约定，分地区、按体积、重量等方式分别报价，通过报价单的方式附于合同附件。

公司与第三方物流供应商协议的主要条款及约定的权利义务情况如下：

“乙方（即运输公司）提供的运输车辆必须为冷冻车辆，且必须证照齐全，车况符合食品安全卫生需求；全程采用冷链运输；

乙方在运输过程中，必须保证货物数量、质量、包装完好无损。

按自然月进行结算，……，甲方（即立高食品）在收到乙方发票后，一周内以银行转账的方式支付给乙方。

甲方有权要求乙方按照合同规定的时间、地点及运输路线把货物运输到目的地，交付指定的收货人。

乙方不按要求提交客户签收单、退货单、盘点表的，甲方有权暂停支付乙方运输费用，直到提交齐全单据为止。

在运输和装卸过程中造成的货物或其他包装的破损、玷污，或其他一起货物本身及其外观、包装等损坏的，由乙方承担甲方全部经济损失。”

3、与公司关联关系情况

公司主要物流合作方与公司均不存在关联关系。

（二）报告期内发行人主要物流公司的变动情况，报告期内运输批次、运输重量

公司前五大主要物流公司运输费用、运输重量、运输批次情况如下表所示：

单位：万元、吨

2019 年度

序号	物流公司名称	金额	占比	运输重量	运输批次
1	广州鑫赟冷冻运输有限公司	3,856.70	47.60%	34,728.81	1,648
2	江西永源物流有限公司	549.12	6.78%	8,393.08	249
3	江苏爱鲜行物流有限公司	462.41	5.71%	448.19	96
4	广州荣庆物流供应链有限公司	445.61	5.50%	8,095.37	245
5	广州敏和运输有限公司	369.29	4.56%	2,889.38	607
小计		5,683.14	70.14%	54,554.83	2,845

2018 年度

序号	物流公司名称	金额	占比	运输重量	运输批次
1	广州鑫赟冷冻运输有限公司	3,682.95	50.71%	30,857.07	1,146
2	江西永源物流有限公司	431.41	5.94%	6,794.20	264
3	广州荣庆物流供应链有限公司	353.48	4.87%	6,399.68	228
4	广东中北物流有限公司	348.10	4.79%	2,899.99	180
5	江苏爱鲜行物流有限公司	340.76	4.69%	674.15	192
小计		5,156.70	71.01%	47,625.09	2,010

2017 年度

序号	物流公司名称	金额	占比	运输重量	运输批次
1	广州鑫赟冷冻运输有限公司	3,061.42	54.15%	25,771.88	646

2	江西永源物流有限公司	445.57	7.88%	6,732.88	253
3	广州荣庆物流供应链有限公司	385.82	6.82%	6,857.57	238
4	广东中北物流有限公司	382.92	6.77%	3,009.94	158
5	广州顺信供应链管理有限公司	272.87	4.83%	3,974.96	127
小计		4,548.60	80.45%	46,347.23	1,422

注：上述前五大物流供应商为同一控制下合并数据，下同。

报告期内公司主要物流公司未发生较大变动。

江苏爱鲜行物流有限公司主要开展商超客户配送业务。2018 年，随着公司商超客户销量增加，与其合作加深，其进入公司前五大物流供应商。2019 年，其开展了跨区域配送，运输距离增加，因此，虽然其运输重量降低，但运输费用有所增加。而广州顺信供应链管理有限公司在 2018 年运输费为 233.84 万元，较上年略有下降，为公司第七大物流供应商，虽然退出前五大物流供应商，但合作关系稳定，仍然为公司主要物流供应商。

报告期内，广州敏和运输有限公司均为公司物流供应商。2019 年，公司与广州敏和运输有限公司运输合作加深，新增了海南等区域的运输业务，其运输费增加，进入公司前五大物流供应商。而广东中北物流有限公司因未在公司 2019 年物流供应商招标时中标，在 2019 年退出公司前五大物流供应商之列。

四、 发行人对第三方物流公司的控制措施，如何防止发行人产品因不当运输而发生质量问题，报告期内是否存在因运输环节产生质量问题或其他纠纷的情况；

报告期内，公司严格管控物流环节，对物流公司采取了较为严格的全品类产品防控措施，主要如下：

（一） 严格审查第三方车辆准入，保证运输公司产品的车辆合法合规、安全；

（二） 外包装纸箱采取韧度和强度较好的牛皮纸，减少流通环节产生的破损；

（三） 装货前对运输车辆进行检查，保证车厢干净，无异味，具有防火、防水、防鼠、防虫等工具及设施，完全符合食品装载和运输存储要求；

（四） 在装卸搬运环节，通过配备专业化的装卸搬运机械减少破损。例如，叉车、传输带、夹抱机等可以有效减少由于人工野蛮装卸作业对货物造成的损害；

（五） 每月都会对签约物流供应商进行月度 KPI 考核，对存在的问题进行整改；

（六） 由物流公司造成的质量问题全部由物流公司赔偿。

公司较多产品需要冷冻条件下运输，对于冷链产品，公司采取更为严格的特殊防控措施。公司建立了以“易流监控系统”为基础建立冷链管控中心（该系统支持报警微信推送），要求运输车辆必须安装固定式温度记录仪或者便携式温度记录仪，专人全程跟踪冷链仓储+运输的温度变化，发现异常马上处理，减少甚至杜绝冷链品质量问题。此外，公司要求冷链

运输车辆加装保温门帘、侧门和隔温板等工具及操作硬件，要求冷链产品装卸货过程中快速装卸，部分产品托盘运输，缩短装卸时间。

通过上述措施，报告期内不存在因运输环节产生质量问题或其他纠纷的情况。

五、 按照主要销售区域披露第三方物流的运输量、运输费用金额及运输单价，与销量是否匹配，是否均由发行人承担运费及运费的支付方式，分区域比较说明运费单价是否公允。

根据公司与客户的约定，公司承担运费，对第三方物流公司运费的支付方式为银行转账。

公司各区域第三方物流运量、销量匹配关系如下：

单位：吨、万元、元/KG

年度	项目	华东区	华北区	西南区	华中区	东北区	华南区	西北区	合计
2019年度	销量	29,419.76	10,339.62	8,904.79	10,939.78	5,022.41	27,345.53	4,899.62	96,871.50
	运量	32,009.25	10,805.69	10,252.82	10,358.08	8,325.62	12,111.28	5,677.07	89,539.81
	运费	2,600.54	1,169.45	1,145.59	911.32	832.86	753.66	688.89	8,102.30
	单位运输成本	0.81	1.08	1.12	0.88	1.00	0.62	1.21	0.90
2018年度	销量	25,968.41	9,136.11	7,353.82	9,641.68	4,847.26	24,254.32	4,835.53	86,037.13
	运量	28,442.11	10,181.16	8,733.33	10,010.64	7,625.01	10,568.82	5,513.50	81,074.57
	运费	2,197.90	1,072.69	975.73	853.48	802.33	680.18	680.05	7,262.37
	单位运输成本	0.77	1.05	1.12	0.85	1.05	0.64	1.23	0.90
2017年度	销量	19,604.49	7,568.42	5,644.09	7,245.91	4,157.07	18,497.63	4,583.41	67,301.02
	运量	20,738.20	8,639.46	5,902.65	9,466.26	5,901.79	8,018.86	5,521.85	64,189.07
	运费	1,609.51	837.72	632.29	800.40	600.86	487.33	685.61	5,653.71
	单位运输成本	0.78	0.97	1.07	0.85	1.02	0.61	1.24	0.88

报告期内，华南区的销量大幅高于第三方物流的运输量，主要是因为广东省内以自有车辆运输为主所致。因存在产品移库等情况，一般情况下，公司第三方物流的运量略大于销量。2019 年，华中区的销量略大于其第三方物流的运量，主要是因为华中区部分客户离广

东较近，公司选择以自有车辆送货所致。东北区因奶油类产品通过海运转运至中转仓，再运至东北其他城市，因此转运的量较大，运输量明显大于其销量。因此，公司各区域的第三方物流运量及销量具有匹配性。

报告期内，公司各区域运费单价较为稳定。公司生产基地位于华南、华东，且主要位于华南，因此，在华南区域，公司运输距离最短，因此运输单价最低；在华东、华中区域，与公司生产基地距离相对较近，因此运输单价较华南稍高。华北、西南、西北区域，距离公司距离较远，其运输单价高于华东、华中区域。而东北区域因部分产品采取较为便宜的海运转运至中转仓，再配送至客户，因此虽然运输距离大于华北，但运输单价与华北较为接近。因此，总体看来，公司第三方物流的运输单价与运输距离成较强相关性，第三方物流的运费单价公允。

申报会计师执行的核查程序及核查意见

针对上述问题，申报会计师执行的主要核查程序如下：

1、访谈了公司物流管理相关人员，了解了公司的物流运输的相关政策；

2、获取并核查了公司的运输费用明细表，并对自有车辆、第三方物流的运输费用、运输重量、单位运输费用、运输批次、送货区域等进行了统计和分析；比较了自有物流和第三方物流的单位成本；

3、获取了同行业可比公司的年报、招股说明书等公开披露文件，查阅并了其运输模式，并与公司的运输模式进行对比；

4、结合运输政策，公司的备货情况等，对第三方物流的运输重量与销售量的匹配性进行了分析。

5、获取了公司与第三方物流公司签订的合同，核查了主要合同的相关条款，重点核查了其关于运输费用、结算、双方责任和义务、质量控制措施等条款；

6、对主要物流供应商进行了走访，查询了其工商资料，了解了其与公司的合作历史，并获取了其与公司不存在关联关系的声明；

7、获取了公司与客户签署的框架协议，核查了公司与客户关于运输费用的约定条款；

8、访谈公司相关人员，核查了公司对运输公司的相关管理制度，并核查了公司与运输公司签订的合同中关于质量控制的相关条款。对主要物流公司进行走访，了解其与公司是否存在因运输产生质量问题或其他纠纷的情况。

9、分析了各区域销售重量、运输重量、运输单价的匹配性，比较了不同区域的运输单价。

经核查，申报会计师认为：

1、公司通过自有车辆及第三方物流进行运输，报告期内，公司外部车辆、自有车辆运

输费用占运输费用比例保持稳定。公司运输费用主要为外部车辆运费，其占比均超过 90%；

2、公司运输费用占销售收入比重与可比公司平均水平不存在较大差异；

3、报告期内，公司单位运输成本、自有车辆与第三方物流运输的单位成本均保持稳定；第三方物流单位运输成本高于自有车辆原因合理；

4、公司运费与销量及运量具有匹配性；

5、报告期内，公司与客户约定的运输费用承担方式未发生变化；

6、公司主要第三方物流供应商均于 2017 年以前与公司开始合作，报告期内合作关系稳定；报告期内，公司前五大物流公司的变动情况合理；

7、公司主要物流合作方与公司不存在关联关系；

8、公司对运输公司的管理制度健全且有效执行，公司与主要物流合作方报告期内不存在因运输环节产生质量问题或其他纠纷的情况；

9、报告期内，均由公司承担运费，以银行转账方式结算，运费单价公允；

10、报告期内，公司第三方物流分区域的运量与销量匹配，公司第三方物流的运输单价与运输距离成较强相关性，第三方物流的运费单价公允。

问题 16、报告期各期末，发行人应收账款余额分别为 6,211.62 万元、6,449.98 万元和 8,501.21 万元。请发行人补充披露：（1）区分经销、直销两种销售模式，披露报告期内发行人对不同客户执行不同信用期管理策略的客户划分标准、客户数量、销售金额及占比、应收账款余额及占比、回款情况，与同行业可比公司的比较情况，列示不同信用期管理策略的代表性客户及报告期各期的销售金额、期末应收账款余额、回款情况；（2）报告期各期逾期支付情况，包括销售产品类型、收入金额、信用期、实际支付时间、逾期原因、逾期金额占比，是否利用放宽信用政策来维持业务，发行人具体应对方法及执行效果，并与同行业可比公司进行比较，披露相关政策差异的原因、对销售业务及销售回款的影响；（3）列示前十大应收账款客户（合并范围内）的名称、当期收入金额、期末应收账款余额、账龄、占比、是否超过合同约定付款时间、超期未回款的原因，并结合重点客户进行重点分析；（4）报告期内各季度应收账款余额及占当期营业收入比重，报告期各期第四季度回款情况，是否存在提前确认收入情形；（5）报告期各期末应收账款金额至反馈意见回复日的回款金额及比例，分析应收账款逾期金额和逾期未收回的原因，是否存在回款障碍，报告期内应收账款核销的具体情形和标准；（6）比较分析同行业可比公司应收账款账龄分布及坏账准备计提比例差异情况，发行人坏账准备计提的充分性；（7）是否存在应收账款与应收票据之间转换的行为，如有，请列明详细情况，应收账款转为应收票据的，其账龄是否按照初次确认应收账款的时点计算并计提坏账准备。

请保荐人、申报会计师说明各期末的发函比例、回函比例、回函金额占期末应收账款余额的比例、函证是否存在差异及处理意见，并发表明确核查意见。

回复：

一、 区分经销、直销两种销售模式，披露报告期内发行人对不同客户执行不同信用期管理策略的客户划分标准、客户数量、销售金额及占比、应收账款余额及占比、回款情况，与同行业可比公司的比较情况，列示不同信用期管理策略的代表性客户及报告期各期的销售金额、期末应收账款余额、回款情况；

（一）区分经销、直销两种销售模式，披露报告期内发行人对不同客户执行不同信用期管理策略的客户划分标准、客户数量、销售金额及占比、应收账款余额及占比、回款情况

1、经销和直销模式下，发行人对不同客户执行不同信用期管理政策的客户划分标准、客户数量

公司对经销商和直销客户建立了内部评价机制，对信誉好、合作久、规模大的部分经销商和直销客户给予一定的信用账期，先货后款，对其他经销商和直销客户则采取先款后货的形式。对于先货后款的客户，部分客户在信用账期的基础上还会给予固定的信用额度。不同信用期管理政策具体划分的标准如下表所示：

信用政策	划分标准
先货后款	1、拥有一定品牌知名度的企业，门店、网点数量多，具备较强的采购能力；2、双方业务合作一年或以上，资金实力雄厚、偿债能力强，最近连续 2 年经营状况良好，年度回款达到公司制定的标准，过去 2 年内与公司合作没有发生不良欠款和其他严重违约行为；3、目前规模较小，还款记录良好，具有一定的增长潜力
先款后货	规模较小、资金实力一般、信誉一般的小客户；过往 2 年内与公司合作曾发生过不良欠款或其他严重违约行为

报告期内，公司对不同客户执行不同信用期管理政策的客户数量情况如下表所示：

单位：家

客户类型	信用期政策	2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
		数量	占比	数量	占比	数量	占比
经销商	先货后款	256	10.51%	279	11.07%	269	12.44%
	先款后货	2,180	89.49%	2,241	88.93%	1,893	87.56%
	小计	2,436	100.00%	2,520	100.00%	2,162	100.00%
直销客户	先货后款	251	46.40%	236	49.37%	170	43.93%
	先款后货	290	53.60%	242	50.63%	217	56.07%

客户类型	信用期政策	2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
		数量	占比	数量	占比	数量	占比
	小计	541	100.00%	478	100.00%	387	100.00%

注：公司根据产品设置不同的销售渠道，对客户进行分别管理，因此，烘焙食品原料、冷冻烘焙食品存在对同一客户制定不同信用期政策的情形，导致汇总的客户数量超过公司的客户数量。

公司对经销商的信用期政策以先款后货为主，公司的经销商主要为中小型的企业，其中还包括个体工商户，平均规模较小，采取先款后货模式有利于公司控制经营风险。

公司的直销客户数量相对较少，且以商超、连锁烘焙店为主，该类型客户整体的经营规模较大，偿债能力较强，逾期风险较低，因此，报告期内，公司直销客户中拥有信用账期的比重大于经销商。

2、发行人执行不同信用期限的客户数量、销售金额及占比、应收账款余额及占比、回款情况

公司对存在信用期的客户根据其合作期间、规模大小、回款信誉等，分别制定了不同期限的信用期限，主要分为 45 天以内（含 45 天）、60 天以内（含 60 天）和 60 天以上。另外，对于少量款到发货的客户，因其资金周转原因，会向公司申请临时信用期。公司在综合评估其合作信誉及还款能力基础上，通常给予 1 个月的临时账期。公司执行不同信用期限客户数量、销售金额及占比、应收账款余额及占比、回款情况如下表所示：

单位：家、万元

项目	信用期限	2019 年度/2019 年 12 月 31 日						
		客户数量	销售金额	占比	应收账款余额	占比	回款额	回款比例
经销商	先款后货	2,180	91,674.85	69.01%	511.10	10.12%	511.10	100.00%
	45 天以内	213	35,043.16	26.38%	4,055.26	80.31%	4,049.22	99.85%
	60 天以内	40	5,598.69	4.21%	474.38	9.39%	474.38	100.00%
	60 天以上	3	524.27	0.39%	8.80	0.17%	8.80	100.00%
	小计	2,436	132,840.97	100.00%	5,049.53	100.00%	5,043.49	99.88%
直销客户	先款后货	277	5,109.60	20.53%				
	45 天以内	81	3,062.09	12.30%	396.43	11.49%	365.48	92.19%
	60 天以内	164	13,878.42	55.77%	2,520.95	73.09%	2,518.92	99.92%
	60 天以上	19	2,835.91	11.40%	531.66	15.41%	531.66	100.00%
	小计	541	24,886.01	100.00%	3,449.05	100.00%	3,416.06	99.04%

项目	信用期限	2018 年度/2018 年 12 月 31 日						
		客户数量	销售金额	占比	应收账款余额	占比	回款额	回款比例
经销商	先款后货	2,241	70,478.78	64.33%	484.91	12.52%	484.91	100.00%
	45 天以内	245	34,259.93	31.27%	3,050.14	78.75%	3,050.14	100.00%
	60 天以内	33	4,816.53	4.40%	329.55	8.51%	324.51	98.47%
	60 天以上	1	9.10	0.01%	8.62	0.22%	8.62	100.00%
	小计	2,520	109,564.35	100.00%	3,873.22	100.00%	3,868.18	99.87%
直销客户	先款后货	237	4,091.30	19.23%	5.83	0.23%	5.83	100.00%
	45 天以内	81	4,976.71	23.39%	595.10	23.10%	595.10	100.00%
	60 天以内	107	8,083.98	38.00%	1,096.84	42.58%	1,065.90	97.18%
	60 天以上	53	4,124.21	19.38%	878.26	34.09%	878.26	100.00%
	小计	478	21,276.19	100.00%	2,576.03	100.00%	2,545.08	98.80%

项目	信用期限	2017 年度/2017 年 12 月 31 日						
		客户数量	销售金额	占比	应收账款余额	占比	回款额	回款比例
经销商	先款后货	1,893	50,099.73	62.46%	705.45	18.79%	705.45	100.00%
	45 天以内	242	28,123.64	35.06%	2,932.64	78.10%	2,932.64	100.00%
	60 天以内	27	1,984.34	2.47%	117.04	3.12%	112.00	95.69%
	60 天以上							
	小计	2,162	80,207.71	100.00%	3,755.14	100.00%	3,750.10	99.87%
直销客户	先款后货	217	3,633.69	23.01%	76.11	3.11%	76.11	100.00%
	45 天以内	71	3,879.62	24.57%	459.18	18.78%	459.18	100.00%
	60 天以内	41	5,500.12	34.83%	960.15	39.27%	960.15	100.00%
	60 天以上	58	2,777.11	17.59%	949.56	38.84%	949.56	100.00%
	小计	387	15,790.54	100.00%	2,444.99	100.00%	2,444.99	100.00%

注：公司根据产品设置不同的销售渠道，对客户进行分别管理，因此，烘焙食品原料、冷冻烘焙食品存在对同一客户制定不同信用期限的情形，导致汇总的客户数量超过公司拥有信用期的客户数量。

公司对经销商的信用期限主要集中在 45 天以内，直销客户的信用期限则主要为 60 天以内。直销客户信用期限相对较长的原因是该类型客户以商超、连锁烘焙店为主，经营规模较大，逾期还款的风险较低。公司给予少量先款后货客户 1 个月左右的临时账期。该类型客户报告期各期末的数量分别为 131 家、44 家和 45 家，数量较少，且所形成的应收账款余额较小，均在次年 1 个月内清偿回款。

（二）与同行业可比公司的比较情况

同行业可比公司报告期内的信用政策制定标准、经销模式与直销模式的信用政策及应收账款情况如下表所示：

公司名称	信用政策制定标准	经销模式与直销模式的信用政策及应收账款情况
海融科技	公司针对不同规模的客户采用不同的销售结算方式和信用政策，对于中小规模的经销商采取款到发货方式，对于部分实力强、信誉好、资金雄厚的大中型烘焙食品加工销售企业和多年合作且信誉度较高的小部分经销商采取按账期付款方式，信用期限主要为 30-45 天。	截止 2019 年底，经销商 668 家，其中先款后货 397 家，先货后款 271 家，直销客户 143 家，其中先款后货 91 家，先货后款 52 家。2017 年至 2019 年各期末经销商应收账款余额占比分别为 74.30%、74.42%和 70.42%，直销客户应收账款余额占比分别为 25.70%、25.58%和 29.58%。
南侨股份	直营客户：一般授予不同的信用额度及信用期间，视客户的规模、交易量等情况具体而定，报告期内，公司对直营客户设置的信用期一般为 30-60 天，信用额度视客户情况而定。 经销商客户：对于规模较大、资信情况良好的经销商客户，公司在获得客户经登记的房产抵押合同或者质押的票据的前提下，一般给予其 15 天-45 天不等的信用期，而信用额度则在抵押房产的评估价值的基础上打折（一般折扣为 7 折）、或者以质押票据的全额为上限；对于规模较小的经销商客户，公司一直采用“先款后货”的结算方式，即未对该类客户授予信用期及信用额度。除此之外，对于新增客户，公司一般采取“先款后货”的方式进行交易结算，待考察期（一般 6 个月）结束后，根据实际情况确认其信用政策的授予标准。	2017 年至 2018 年上半年各期末经销商应收账款余额占比分别为 23.82%和 28.13%，直销客户应收账款余额占比分别为 76.18%和 71.87%。

注：桃李面包、麦趣尔、元祖股份未披露报告期内上述信息。

同行业可比公司制定的信用政策主要根据客户的规模、信誉、交易量等因素，分为先货后款和先款后货两类，与公司制定信用政策的依据和标准不存在差异。同行业可比公司经销商与直销客户应收账款余额的占比情况不尽相同，与其执行先货后款政策在经销商和直销客户中的比例有关。

（三）列示不同信用期管理策略的代表性客户及报告期各期的销售金额、期末应收账款余额、回款情况

报告期各期末，不同信用期管理策略下的主要经销商和直销客户销售收入和应收账款情况如下所示：

单位：万元

信用期	客户类型	2019 年度/2019 年 12 月 31 日				2018 年度/2018 年 12 月 31 日				2017 年度/2017 年 12 月 31 日			
		客户名称	销售收入	应收账款余额	回款额	客户名称	销售收入	应收账款余额	回款额	客户名称	销售收入	应收账款余额	回款额
45 天以内	经销商	重庆惠天食品开发有限公司	324.3	109.16	109.16	再博（上海）实业有限公司	1,123.98	91.62	91.62	厦门麦威工贸有限公司	550.15	128.67	128.67
		济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司	526.85	99.11	99.11	上海雄昌食品销售有限公司	632.49	88.81	88.81	深圳市佳兆好贸易有限公司	729.81	90.58	90.58
		石家庄市海策商贸有限公司	436.04	97.62	97.62	石家庄市海策商贸有限公司	669.2	81.5	81.5	深圳市鸿兴业食品有限公司	573.89	67.99	67.99
		成都市麦加利食品有限公司	410.5	88.83	88.83	成都市麦加利食品有限公司	415.6	79.56	79.56	泰安市祯诺商贸有限公司	215.98	61.22	61.22

信用期	客户类型	2019 年度/2019 年 12 月 31 日				2018 年度/2018 年 12 月 31 日				2017 年度/2017 年 12 月 31 日			
		客户名称	销售收入	应收账款余额	回款额	客户名称	销售收入	应收账款余额	回款额	客户名称	销售收入	应收账款余额	回款额
		保定市海策商贸有限公司	637.56	78.03	78.03	济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司	577.89	78.45	78.45	再博（上海）实业有限公司	418.48	58.49	58.49
	直销客户	北京味多美食品有限责任公司	732.4	188.55	188.55	深圳华润万佳超级市场有限公司	608.88	131.53	131.53	青岛丹香投资管理有限公司	966.4	138.21	138.21
		太原市尖草坪区好运来食品有限公司	144.77	48.02	48.02	华润万家有限公司	362.42	80.75	80.75	山西太原瑞司特食品有限公司	217.48	51.18	51.18
		青岛丹香投资管理有限公司	210.30	32.94	32.94	山西太原瑞司特食品有限公	456.84	72.85	72.85	深圳华润万佳超级市场有限公司	481.46	43.59	43.59

信用期	客户类型	2019 年度/2019 年 12 月 31 日				2018 年度/2018 年 12 月 31 日				2017 年度/2017 年 12 月 31 日			
		客户名称	销售收入	应收账款余额	回款额	客户名称	销售收入	应收账款余额	回款额	客户名称	销售收入	应收账款余额	回款额
						司							
		季朵（南京）食品有限公司	295.66	21.48	21.48	济南历下大润发商贸有限公司	157.39	66.17	66.17	天津华润万家生活超市有限公司	25.09	27.38	27.38
		北京京丰地球港商贸有限公司		18.17		青岛丹香投资管理有限公司	727.85	49.01	49.01	陕西华润万家生活超市有限公司	124.01	18.36	18.36
60 天以内	经销商	广东省商业贸易进出口有限公司	1,143.81	139.37	139.37	广州市白云区太和何杰生综合店	910.57	61.90	61.90	广州市白云区松洲乐丰食品经营部	456.17	99.61	99.61
		佛山市顺德区勒流发浩商行	547.42	56.24	56.24	佛山市顺德区勒流发浩商行	69.41	59.99	59.99	上海慕膳商贸有限公司	42.32	5.04	-

信用期	客户类型	2019 年度/2019 年 12 月 31 日				2018 年度/2018 年 12 月 31 日				2017 年度/2017 年 12 月 31 日			
		客户名称	销售收入	应收账款余额	回款额	客户名称	销售收入	应收账款余额	回款额	客户名称	销售收入	应收账款余额	回款额
		广州麦稻丰贸易有限公司	193.4	49.46	49.46	漳州市向日葵食品有限公司	577.36	48.80	48.80	安康市汉滨区鑫德众商行	13.39	3.58	3.58
		漳州市向日葵食品有限公司	374.41	39.84	39.84	漳州市芗城区隆晖面包店	629.57	40.08	40.08	广州市海珠区合亿食品商行	94.44	2.63	2.63
		广州福生食品贸易有限公司	144.6	39.81	39.81	广东省商业贸易进出口有限公司	727.6	27.71	27.71	佛山市顺德区百创副食品有限公司	276.27	1.81	1.81
	直销客户	沃尔玛（中国）投资有限公司	7,478.21	1,478.60	1,478.60	沃尔玛（中国）投资有限公司	6,124.39	907.04	907.04	沃尔玛（中国）投资有限公司	4,023.19	780.55	780.55
		深圳市鹏福供应链管	802.84	208.53	208.53	东莞市广隆食品有限	203.60	22.90	22.90	北京物洪商贸有限公司	170.62	34.37	34.37

信用期	客户类型	2019 年度/2019 年 12 月 31 日				2018 年度/2018 年 12 月 31 日				2017 年度/2017 年 12 月 31 日			
		客户名称	销售收入	应收账款余额	回款额	客户名称	销售收入	应收账款余额	回款额	客户名称	销售收入	应收账款余额	回款额
		理有限公司				公司							
		华润万家有限公司	495.95	169.29	169.29	北京京丰地球港商贸有限公司	27.92	18.17	-	东莞市广隆食品有限公司	157.41	31.06	31.06
		深圳华润万佳超级市场有限公司	686.25	128.65	128.65	中山市港隆食品有限公司	284.39	17.20	17.20	利群时代商贸有限公司	35.47	22.43	22.43
		济南历下大润发商贸有限公司	93.1	78.14	78.14	安徽永辉超市有限公司	146.07	15.14	15.14	中山市港隆食品有限公司	301.27	17.04	17.04
60 天以上	经销商	重庆金旭圆食品有限	22.20	8.80	8.80	重庆金旭圆食品有限	9.10	8.62	8.62		-	-	-

信用期	客户类型	2019 年度/2019 年 12 月 31 日				2018 年度/2018 年 12 月 31 日				2017 年度/2017 年 12 月 31 日			
		客户名称	销售收入	应收账款余额	回款额	客户名称	销售收入	应收账款余额	回款额	客户名称	销售收入	应收账款余额	回款额
		公司				公司							
	直销客户	中山市采蝶轩食品有限公司	955.74	154.69	154.69	深圳市幸福商城科技股份有限公司	2,243.23	480.64	480.64	深圳市幸福西饼食品有限公司	1,744.65	666.48	666.48
		浙江新美心食品工业有限公司	175.24	84.86	84.86	中山市采蝶轩食品有限公司	547.05	133.36	133.36	浙江一鸣食品股份有限公司	228.38	78.01	78.01
		嘉兴市美丽家食品有限责任公司	207.82	52.75	52.75	嘉兴市美丽家食品有限责任公司	195.6	71.5	71.5	中山市采蝶轩食品有限公司	112.16	68.78	68.78
		武汉市玫隆皇冠食品有限公	137.07	44.37	44.37	浙江一鸣食品股份有限公司	188.1	37.87	37.87	嘉兴市美丽家食品有限责任公司	222.45	56.37	56.37

信用期	客户类型	2019 年度/2019 年 12 月 31 日				2018 年度/2018 年 12 月 31 日				2017 年度/2017 年 12 月 31 日			
		客户名称	销售收入	应收账款余额	回款额	客户名称	销售收入	应收账款余额	回款额	客户名称	销售收入	应收账款余额	回款额
		司 宁波鸣优贸易有限公司	280.72	44.04	44.04	温州一鸣食品销售有限公司	142.13	33.86	33.86	武汉市玫隆皇冠食品有限公司	153.78	19.84	19.84

注 1：上述主要客户为不同销售模式下应收账款余额的前五大客户

注 2：回款额的截止时间为 2020 年 7 月 26 日

二、 报告期各期逾期支付情况，包括销售产品类型、收入金额、信用期、实际支付时间、逾期原因、逾期金额占比，是否利用放宽信用政策来维持业务，发行人具体应对方法及执行效果，并与同行业可比公司进行比较，披露相关政策差异的原因、对销售业务及销售回款的影响；

（一）报告期各期逾期支付情况，包括销售产品类型、收入金额、信用期、实际支付时间、逾期原因、逾期金额占比，是否利用放宽信用政策来维持业务

报告期内各期末，应收账款余额信用期内及逾期款项金额、占比、对应的坏账准备以及期后回款情况如下：

项目		金额（万元）	占比（%）	坏账准备金额（万元）	截止 2020 年 7 月 26 日回款情况（万元）	回款比例（%）
2019 年度	信用期内回款	8,440.61	99.29	422.03	8,440.61	100.00
	逾期回款	60.59	0.71	38.24	21.56	35.59
	合计	8,501.21	100.00	460.27	8,462.18	99.54
2018 年度	信用期内回款	5,977.08	92.67	298.85	5,977.08	100.00
	逾期回款	472.91	7.33	24.04	436.92	92.39
	合计	6,449.98	100.00	322.90	6,414.00	99.44
2017 年度	信用期内回款	6,102.35	98.24	305.12	6,102.35	100.00
	逾期回款	109.27	1.76	6.39	104.23	95.39
	合计	6,211.62	100.00	311.50	6,206.58	99.92

报告期各期末，公司逾期应收账款余额分别为 109.27 万元、472.91 万元、60.59 万元，占当期期末应收账款余额的比例分别为 1.76%、7.33%、0.71% ，逾期应收账款余额占期末应收账款比例较小。

报告期各期末逾期应收账款分布情况如下：

单位：万元、%

年度	产品类别	信用期	逾期情况		逾期客户对应收入金额	逾期金额占收入比重	2018 年回款	2019 年回款	2020 年截止 7 月 26 日回款
			金额	比例					
2019 年	酱料	先款后货 45 天以内 60 天以内							

年度	产品类别	信用期	逾期情况		逾期客户对应收入金额	逾期金额占收入比重	2018 年回款	2019 年回款	2020 年截止 7 月 26 日回款
			金额	比例					
		60 天以上							
		小计							
	冷冻烘焙食品	先款后货							
		45 天以内	53.27	87.92%					17.28
		60 天以内	2.84	4.69%	7,225.94	0.04%			0.97
		60 天以上	0.00002	0.00%	114.38	0.00%			0.00002
		小计	56.11	92.61%	7,340.33	0.76%			18.25
	奶油	先款后货							
		45 天以内	3.27	5.40%	2,280.17	0.14%			3.27
		60 天以内	0.02	0.03%	127.72	0.01%			0.02
		60 天以上							
		小计	3.29	5.42%	2,407.90	0.14%			3.28
	其他产品	先款后货							
		45 天以内	0.00003	0.00%	685.36	0.00%			0.00003
		60 天以内	1.18	1.94%	24.40	4.83%			0.01
		60 天以上							
		小计	1.18	1.94%	709.76	0.17%			0.01
	水果制品	先款后货							
		45 天以内	0.00001	0.00%	720.58	0.00%			0.00001
		60 天以内	0.01	0.02%	120.12	0.01%			0.01
		60 天以上							
		小计	0.01	0.02%	840.70	0.00%			0.01
	总计	先款后货							
		45 天以内	56.54	93.32%	3,686.11	1.53%			20.55
		60 天以内	4.05	6.68%	7,498.19	0.05%			1.01
		60 天以上	0.00002	0.00%	114.38	0.00%			0.00002
		合计	60.59	100.00%	11,298.68	0.54%			21.56
201	酱料	先款后货							

年度	产品类别	信用期	逾期情况		逾期客户对应收入金额	逾期金额占收入比重	2018 年回款	2019 年回款	2020 年截止 7 月 26 日回款
			金额	比例					
8 年		45 天以内	0.01	0.00%	0.30	4.33%		0.01	
		60 天以内	88.87	18.79%	1,206.78	7.36%		88.87	
		60 天以上							
		小计	88.88	18.79%	1,207.08	7.36%		88.88	
	冷冻烘焙食品	先款后货							
		45 天以内	69.87	14.77%	1,018.20	6.86%		69.87	
		60 天以内	36.00	7.61%	273.65	13.15%		0.02	0.02
		60 天以上	2.40	0.51%	288.32	0.83%		2.38	
		小计	108.27	22.89%	1,580.16	6.85%		72.27	0.02
	奶油	先款后货							
		45 天以内	72.22	15.27%	638.04	11.32%		72.22	
		60 天以内	1.92	0.41%	65.63	2.93%		1.92	
		60 天以上							
		小计	74.14	15.68%	703.67	10.54%		74.14	
	其他产品	先款后货							
		45 天以内	7.29	1.54%	171.18	4.26%		7.28	0.02
		60 天以内	0.01	0.00%	28.67	0.04%		0.01	
		60 天以上	38.85	8.21%	326.58	11.90%		38.85	
		小计	46.15	9.76%	526.43	8.77%		46.14	0.02
	水果制品	先款后货							
		45 天以内	2.95	0.62%	60.40	4.88%		2.92	0.03
		60 天以内							
		60 天以上	152.51	32.25%	1,289.77	11.82%		152.51	
		小计	155.46	32.87%	1,350.17	11.51%		155.43	0.03
	总计	先款后货							
		45 天以内	152.34	32.21%	1,888.12	8.07%		152.30	0.05
		60 天以内	126.80	26.81%	1,574.73	8.05%		90.82	0.02
		60 天以上	193.76	40.97%	1,904.67	10.17%		193.74	

年度	产品类别	信用期	逾期情况		逾期客户对应收入金额	逾期金额占收入比重	2018 年回款	2019 年回款	2020 年截止 7 月 26 日回款
			金额	比例					
		合计	472.91	100.00%	5,367.52	8.81%		436.86	0.07
2017 年	酱料	先款后货							
		45 天以内							
		60 天以内	2.73	2.50%	3.41	79.89%	2.73		
		60 天以上							
		小计	2.73	2.50%	3.41	79.89%	2.73		
	冷冻烘焙食品	先款后货							
		45 天以内	12.67	11.60%	51.81	24.46%	10.46		2.21
		60 天以内	73.89	67.63%	4,116.19	1.80%	69.20		0.20
		60 天以上	4.79	4.38%	240.27	1.99%	4.59		
		小计	91.36	83.61%	4,408.27	2.07%	84.25		2.41
	奶油	先款后货							
		45 天以内	9.70	8.88%	726.91	1.33%	9.70		
		60 天以内	0.25	0.23%	22.09	1.12%	0.25		
		60 天以上							
		小计	9.95	9.11%	749.00	1.33%	9.95		
	其他产品	先款后货							
		45 天以内	4.13	3.78%	197.25	2.09%	3.62		0.50
		60 天以内	0.51	0.47%	4.66	11.04%	0.17		
		60 天以上	0.000001	0.00%	0.97	0.00%	0.000001		
		小计	4.64	4.25%	202.88	2.29%	3.79		0.50
	水果制品	先款后货							
		45 天以内	0.60	0.55%	165.58	0.36%	0.60		
		60 天以内							
		60 天以上							
		小计	0.60	0.55%	165.58	0.36%	0.60		
	总计	先款后货							
		45 天以内	27.10	24.80%	1,141.56	2.37%	24.38		2.72

年度	产品类别	信用期	逾期情况		逾期客户对应收入金额	逾期金额占收入比重	2018 年回款	2019 年回款	2020 年截止 7 月 26 日回款
			金额	比例					
		60 天以内	77.38	70.82%	4,146.35	1.87%	72.34		0.20
		60 天以上	4.79	4.38%	241.23	1.99%	4.59		
		合计	109.27	100.00%	5,529.14	1.98%	101.32		2.91

报告期各期末公司应收账款逾期原因具体情况如下：

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度	备注
逾期总额（万元）	60.59	472.91	109.27	
其中：开票原因（万元）	21.79	425.46	50.79	
占比	35.97%	89.97%	46.48%	
其他（万元）	38.80	47.45	58.48	报告期末已对部分客户全额计提减值 35.98 万元
占比	64.03%	10.03%	53.52%	

报告期内各期先款后货结算的客户不存在逾期应收账款。公司逾期应收账款主要系延迟开票（公司部分客户为信用期满公司开票后付款，但日常工作中会因为客户原因导致发票开具滞后或开具发票不符合客户要求导致应收账款形成逾期）所致。2018 年延迟开票主要系前十大应收账款余额客户，逾期金额共计 352.36 万元，占当年逾期总额的 74.50%。

报告期内其他原因导致的逾期应收账款金额分别为 58.48 万元、47.45 万元、38.80 万元，占应收账款余额比例分别为 0.94%、0.74%、0.46% ，金额及比例逐年减少。

公司不存在利用放宽信用政策来维持业务的情况。

（二）公司具体应对方法及执行效果

公司制定了《应收账款管理制度》，针对部分应收账款存在逾期回款的情况，公司高度重视应收账款的催收工作，通过搭建内部资金管控平台，以区域划分、以高管为直接责任人，将应收账款的催收同个人绩效相结合，确保款项的及时回笼。

销售部严格按照销售合同、协议书的约定及时核对、跟踪赊销客户的回款情况，负责账款的催收与联络。财务部每月核对应收账款的余额和信用政策情况，落实月末应收账款余额与信用政策不相符的原因，销售客服或财务提交《经销商超期未汇款跟踪表》或《超期未回款明细表》给销售人员负责跟进回款。赊销客户不能按时回款或现款客户不能及时汇款仍需

要继续发货时，客户提交还款计划申请，还款计划包含逾期未付款原因，逾期时间及预计还款期限，销售人员报销售部门负责人审批后给予客户一次继续接订单发货资格；依据催款次数及欠款金额大小，公司应当采取向客户发出书面货款催收文件、停止发货、出具律师函件及提起诉讼等措施确保公司资产安全，降低风险。

报告期内各期逾期期后回款情况如下：

单位：万元

年度	逾期应收账款余额	1 个月内回款	2 个月回款	3 个月回款	4-6 个月回款	7-12 个月回款	1 年以上截止 2020 年 7 月 26 日回款
2019 年末	60.59	18.69	2.70	0.02	0.15		
2018 年末	472.91	308.25	47.70	29.93	50.64	0.33	0.07
2017 年末	109.27	55.31	0.18	0.02	11.04	34.77	2.91

报告期各期，逾期应收账款基本 6 个月内收回，报告期各期收回金额分别为 66.55 万元、436.52 万元、21.56 万元。2019 年末逾期应收账款截止 2020 年 7 月 26 日仍未收回的金额为 39.03 万元，金额较小，公司已向部分客户提出诉讼并全额计提坏账，具体情况如下：

单位：万元

客户名称	2019 年 12 月 31 日			
	账面余额	坏账准备	计提比例（%）	计提理由
上海慕膳商贸有限公司	5.04	5.04	100.00	已胜诉待执行，预计难以收回
北京京丰地球港商贸有限公司	18.17	18.17	100.00	涉及诉讼
青岛地球港商业有限责任公司	6.26	6.26	100.00	涉及诉讼
青岛地球港商业有限责任公司人民路分公司	2.86	2.86	100.00	涉及诉讼
大连地球港商业有限责任公司	3.65	3.65	100.00	涉及诉讼
合　计	35.98	35.98	100.00	

3、与同行业可比公司进行比较，披露相关政策差异的原因、对销售业务及销售回款的影响

同行业可比公司信用政策与公司的比较详见本问询回复问题 16 一相关内容。

综上，公司 2019 年末应收账款截止 2020 年 7 月 26 日尚未收回款项金额为 39.03 万元，

占 2019 年末应收账款余额的 0.46%，占比较小，其中：35.98 万元已提起诉讼，并全额计提坏账。从总体来看，公司虽然存在逾期应收账款，除极小部分已向客户提起诉讼外，其他应收款可于期后收回，报告期各期末应收账款期后回款情况详见本问询回复问题 16 五相关内容。公司应收账款回收情况良好，不存在实质性障碍。

三、 列示前十大应收账款客户（合并范围内）的名称、当期收入金额、期末应收账款余额、账龄、占比、是否超过合同约定付款时间、超期未回款的原因，并结合重点客户进行重点分析；

（一）前十大应收账款客户（合并范围内）的名称、当期收入金额、期末应收账款余额、账龄、占比、是否超过合同约定付款时间、超期未回款的原因

报告期各期，公司前十大应收账款客户（合并范围内）当期收入金额、期末应收账款余额、账龄、占比、是否超过合同约定付款时间及超期未回款原因总体情况如下：

项目	收入金额（万元）	应收账款余额（万元）	应收账款占比	账龄	超期回款金额（万元）
2019 年度	19,468.28	3,229.30	16.59%	1 年以内	2.69
2018 年度	17,728.50	2,431.30	13.71%	1 年以内	427.73
2017 年度	13,262.67	2,464.96	18.59%	1 年以内	62.92

报告期各期，前十大应收账款客户（合并范围内）应收账款余额占收入金额比例并无显著异常。超期回款主要系延迟开票所致，详见本问询回复问题 16 二相关内容。

2019 年度公司前十大应收账款客户（合并范围内）具体情况：

序号	客户名称	销售类别	期末应收账款余额（万元）	收入（万元）	占收入总额比例	账龄	信用期	信用期内回款金额（万元）	逾期金额（万元）	是否超过合同约定付款时间	超期未回款的原因	备注（同一控制名称）
1	沃尔玛（中国）投资有限公司	冷冻烘焙食品、奶油、其他、水果制品	1,478.60	7,513.23	19.68%	1 年以内	60 天以内	1,477.68	0.92	是	开具发票不符合要求	沃尔玛（中国）投资有限公司
2	石家庄市海策商贸有限公司	奶油、其他、水果制品	97.62	489.14	19.96%	1 年以内	60 天以内	97.62		否		石家庄市宏威食品添加剂有限公司
	保定市海策商贸有限公司	酱料、冷冻烘焙食品、奶油、其他、水果制品	78.03	1,047.82	7.45%	1 年以内	60 天以内	78.03		否		石家庄市宏威食品添加剂有限公司
	邯郸市海策贸易有限公司	酱料、冷冻烘焙食品、奶油、其他、水果制品	71.84	576.63	12.46%	1 年以内	60 天以内	71.84		否		石家庄市宏威食品添加剂有限公司
	邢台海策商贸有限公司	酱料、冷冻烘焙食品、奶油、其他、水果制品	66.18	516.79	12.81%	1 年以内	60 天以内	66.18		否		石家庄市宏威食品添加剂有限公司
	石家庄市宏威食品添加剂有限公司	酱料、冷冻烘焙食品、奶油、其他、水果制品	12.28	1,101.36	1.11%	1 年以内	60 天以内	12.28		否		石家庄市宏威食品添加剂有限公司

序号	客户名称	销售类别	期末应收账款余额（万元）	收入（万元）	占收入总额比例	账龄	信用期	信用期内回款金额（万元）	逾期金额（万元）	是否超过合同约定付款时间	超期未回款的原因	备注（同一控制名称）
3	华润万家有限公司	冷冻烘焙食品、其他	169.29	496.06	34.13%	1年以内	45天以内	169.29		否		华润万家有限公司
	深圳华润万佳超级市场有限公司	冷冻烘焙食品、其他	128.65	686.25	18.75%	1年以内	45天以内	128.65		否		华润万家有限公司
	陕西华润万家生活超市有限公司	酱料、冷冻烘焙食品、其他	4.98	62.81	7.93%	1年以内	45天以内	4.98		否		华润万家有限公司
	江西洪客隆百货投资有限公司	冷冻烘焙食品、其他	1.99	32.21	6.17%	1年以内	45天以内	1.99		否		华润万家有限公司
	宁夏华润万家生活超市有限公司	冷冻烘焙食品、其他	1.77	1.59	111.46%	1年以内	45天以内		1.77	是	开具发票不符合要求	华润万家有限公司
	西安爱家超市有限公司	酱料、冷冻烘焙食品、其他	0.16	21.13	0.77%	1年以内	45天以内	0.16		否		华润万家有限公司
	陕西华润万家生活超市有限公司泾河新城分公司	冷冻烘焙食品、其他	0.14	7.26	1.93%	1年以内	45天以内	0.14		否		华润万家有限公司
	延安华润万家生活超市有限公司	酱料、冷冻烘焙食品、其他	0.04	13.27	0.29%	1年以内	45天以内	0.04		否		华润万家有限公司

序号	客户名称	销售类别	期末应收账款余额（万元）	收入（万元）	占收入总额比例	账龄	信用期	信用期内回款金额（万元）	逾期金额（万元）	是否超过合同约定付款时间	超期未回款的原因	备注（同一控制名称）
4	深圳市鹏福供应链管理有限公司	冷冻烘焙食品、奶油、其他、水果制品	215.83	816.04	26.45%	1 年以内	大于 60 天	215.83		否		深圳市幸福西饼食品有限公司
5	济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司	酱料、冷冻烘焙食品、奶油、其他、水果制品	99.11	838.06	11.83%	1 年以内	60 天以内	99.11		否		济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司
	青岛腾旺食品配料有限公司	酱料、奶油、其他、水果制品	61.33	456.61	13.43%	1 年以内	60 天以内	61.33		否		济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司
	临沂市腾海商贸有限公司	酱料、冷冻烘焙食品、奶油、其他、水果制品	34.34	490.17	7.01%	1 年以内	60 天以内	34.34		否		济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司
6	北京味多美食品有限责任公司	冷冻烘焙食品、奶油	188.55	732.40	25.74%	1 年以内	45 天以内	188.55		否		北京味多美食品有限责任公司
7	中山市采蝶轩食	冷冻烘焙食品	154.69	955.74	16.19%	1 年	大于 60 天	154.69		否		中山市采蝶轩食品有限

序号	客户名称	销售类别	期末应收账款余额（万元）	收入（万元）	占收入总额比例	账龄	信用期	信用期内回款金额（万元）	逾期金额（万元）	是否超过合同约定付款时间	超期未回款的原因	备注（同一控制名称）
	品有限公司					以内						公司
8	广东省商业贸易进出口有限公司	冷冻烘焙食品	139.37	1,143.81	12.18%	1 年以内	45 天以内	139.37		否		广东省商业贸易进出口有限公司
9	广州市白云区太和何杰生综合店	冷冻烘焙食品、奶油、其他、水果制品	60.25	928.82	6.49%	1 年以内	60 天以内	60.25		是		广州市白云区太和何杰生综合店
	广州福生食品贸易有限公司	冷冻烘焙食品、奶油、其他、水果制品	55.10	215.54	25.56%	1 年以内	60 天以内	55.10		否		广州市白云区太和何杰生综合店
10	重庆惠天食品开发有限公司	酱料、奶油、其他、水果制品	109.16	325.55	33.53%	1 年以内	60 天以内	109.16		否		重庆惠天食品开发有限公司
合计			3,229.30	19,468.28	16.59%			3,226.61	2.69			

2018 年度公司前十大应收账款客户（合并范围内）具体情况：

序号	客户名称	销售类别	期末应收账款余额（万元）	收入（万元）	占收入总额比例	账龄	信用期	信用期内回款金额（万元）	逾期金额（万元）	是否超过合同约定付款时间	超期未回款的原因	备注（同一控制名称）
1	沃尔玛（中国）投资有限公司	冷冻烘焙食品、奶油、其他、水果制品	907.04	6,124.39	14.81%	1 年以内	60 天以内	907.04		否		沃尔玛（中国）投资有限公司
2	深圳市鹏福供应链管理有限公司	奶油、其他、水果制品	23.27	20.06	116.00%	1 年以内	大于 60 天		23.27	是	延迟开票	深圳市幸福西饼食品有限公司
	深圳市幸福商城科技股份有限公司	冷冻烘焙食品、奶油、其他、水果制品	480.64	2,243.23	21.43%	1 年以内	大于 60 天	240.43	240.21	是	延迟开票	深圳市幸福西饼食品有限公司
3	甘肃华润万家生活超市有限公司	包装材料、冷冻烘焙食品、其他	5.09	18.49	27.52%	1 年以内	45 天以内	5.09		否		华润万家有限公司
	甘肃华润万家生活超市有限公司酒泉市分公司	包装材料、冷冻烘焙食品、其他	2.28	6.67	34.16%	1 年以内	45 天以内	2.28		否		华润万家有限公司
	河南华润万家生活超市有限公司	无	0.83			1-2 年	45 天以内	0.83		否		华润万家有限公司

序号	客户名称	销售类别	期末应收账款余额（万元）	收入（万元）	占收入总额比例	账龄	信用期	信用期内回款金额（万元）	逾期金额（万元）	是否超过合同约定付款时间	超期未回款的原因	备注（同一控制名称）
	河南华润万家生活超市有限公司洛阳市分公司	无	1.08			1-2年	45天以内	1.08		否		华润万家有限公司
	华润万家有限公司	包装材料、冷冻烘焙食品、其他	80.75	362.78	22.26%	1年以内	45天以内	80.75		否		华润万家有限公司
	江西洪客隆百货投资有限公司	冷冻烘焙食品、其他	9.63	56.92	16.92%	1年以内	45天以内	9.63		否		华润万家有限公司
	陕西华润万家生活超市有限公司	包装材料、酱料、冷冻烘焙食品、其他	13.86	117.98	11.75%	1年以内	45天以内	9.07	4.80	是	其他	华润万家有限公司
	陕西华润万家生活超市有限公司宝鸡高新路分公司	包装材料、酱料、冷冻烘焙食品、其他	2.05	16.53	12.42%	1年以内	45天以内	2.05		否		华润万家有限公司
	陕西华润万家生活超市有限公司泾河新城分公司	包装材料、冷冻烘焙食品、其他	1.33	19.16	6.93%	1年以内	45天以内	1.33		否		华润万家有限公司

序号	客户名称	销售类别	期末应收账款余额（万元）	收入（万元）	占收入总额比例	账龄	信用期	信用期内回款金额（万元）	逾期金额（万元）	是否超过合同约定付款时间	超期未回款的原因	备注（同一控制名称）
	陕西华润万家生活超市有限公司商洛市名人街分公司	包装材料、酱料、冷冻烘焙食品、其他	0.77	9.93	7.75%	1年以内	45天以内	0.77		否		华润万家有限公司
	陕西华润万家生活超市有限公司渭南前进路分公司	包装材料、冷冻烘焙食品、其他	1.01	25.76	3.93%	1年以内	45天以内	1.01		否		华润万家有限公司
	陕西华润万家生活超市有限公司咸阳彩虹分公司	包装材料、酱料、冷冻烘焙食品、其他	0.77	4.92	15.74%	1年以内	45天以内	0.77		否		华润万家有限公司
	深圳华润万佳超级市场有限公司	冷冻烘焙食品、其他	131.53	608.88	21.60%	1年以内	45天以内	61.04	70.48	是	开具发票不符合要求	华润万家有限公司
	天津华润万家生活超市有限公司	冷冻烘焙食品	13.23	62.67	21.11%	1年以内	45天以内	13.14	0.09	是	开具发票不符合要求	华润万家有限公司
	西安爱家超市有限公司	酱料、冷冻烘焙食品、其他	3.06	70.64	4.33%	1年以内	45天以内	3.06		否		华润万家有限公司

序号	客户名称	销售类别	期末应收账款余额（万元）	收入（万元）	占收入总额比例	账龄	信用期	信用期内回款金额（万元）	逾期金额（万元）	是否超过合同约定付款时间	超期未回款的原因	备注（同一控制名称）
	新疆华润万家生活超市有限公司	无	0.80			1 年以内	45 天以内	0.80		否		华润万家有限公司
	延安华润万家生活超市有限公司	酱料、冷冻烘焙食品、其他	2.50	15.90	15.73%	1 年以内	45 天以内	2.50		否		华润万家有限公司
4	保定市海策商贸有限公司	酱料、奶油、冷冻烘焙食品、其他、水果制品	17.64	924.74	1.91%	1 年以内	60 天以内	17.64		否		石家庄市宏威食品添加剂有限公司
	邯郸市海策贸易有限公司	冷冻烘焙食品、奶油、其他、水果制品	4.85	402.75	1.21%	1 年以内	60 天以内	4.85		否		石家庄市宏威食品添加剂有限公司
	石家庄市海策商贸有限公司	奶油、其他、水果制品	81.50	669.20	12.18%	1 年以内	60 天以内	81.50		否		石家庄市宏威食品添加剂有限公司
	邢台海策商贸有限公司	酱料、冷冻烘焙食品、奶油、其他、水果制品	31.37	473.19	6.63%	1 年以内	60 天以内	31.37		否		石家庄市宏威食品添加剂有限公司

序号	客户名称	销售类别	期末应收账款余额（万元）	收入（万元）	占收入总额比例	账龄	信用期	信用期内回款金额（万元）	逾期金额（万元）	是否超过合同约定付款时间	超期未回款的原因	备注（同一控制名称）
5	中山市采蝶轩食品有限公司	冷冻烘焙食品、其他	133.36	547.19	24.37%	1 年以内	大于 60 天	133.36		否		中山市采蝶轩食品有限公司
6	济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司	酱料、冷面团、其他、水果制品	78.45	798.03	9.83%	1 年以内	60 天以内	78.45		否		济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司
	临沂市腾海商贸有限公司	冷冻烘焙食品、奶油、其他、水果制品	27.59	424.21	6.50%	1 年以内	60 天以内	27.59		否		济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司
7	广州市白云区太和何杰生综合店	冷冻烘焙食品、奶油、其他、水果制品	97.43	1,162.60	8.38%	1 年以内	60 天以内	97.43		否		广州市白云区太和何杰生综合店
8	济南历下大润发商贸有限公司	冷冻烘焙食品	66.17	157.39	42.04%	1 年以内	45 天以内	66.17		否		济南历下大润发商贸有限公司
	康成投资（中国）有限公司	冷冻烘焙食品	0.84	14.56	5.77%	1 年以内	45 天以内	0.84		否		济南历下大润发商贸有限公司

序号	客户名称	销售类别	期末应收账款余额（万元）	收入（万元）	占收入总额比例	账龄	信用期	信用期内回款金额（万元）	逾期金额（万元）	是否超过合同约定付款时间	超期未回款的原因	备注（同一控制名称）
	昆山润华商业有限公司广州黄埔分公司	冷冻烘焙食品	30.05	25.85	116.23%	1 年以内	45 天以内	30.05		否		济南历下大润发商贸有限公司
9	再博（上海）实业有限公司	冷冻烘焙食品、奶油、其他、水果制品	91.62	1,136.93	8.06%	1 年以内	60 天以内	91.62		否		再博（上海）实业有限公司
10	漳州市芗城区隆晖面包店	酱料	40.08	629.57	6.37%	1 年以内	60 天以内		40.08	是	延迟开票	漳州市向日葵食品有限公司
	漳州市向日葵食品有限公司	酱料、其他	48.80	577.36	8.45%	1 年以内	60 天以内		48.80	是	延迟开票	漳州市向日葵食品有限公司
	合计		2,431.30	17,728.50	13.71%			2,003.57	427.73			

2017 年度公司前十大应收账款客户（合并范围内）具体情况：

序号	客户名称	销售类别	期末应收账款余额（万元）	收入（万元）	占收入总额比例	账龄	信用期	信用期内回款金额（万元）	逾期金额（万元）	是否超过合同约定付款时间	超期未回款的原因	备注（同一控制名称）
1	沃尔玛（中国）投资有限公司	冷冻烘焙食品、奶油	780.55	4,023.19	19.40%	1 年以内	60 天以内	735.55	45.00	是	开具发票不符合要求	沃尔玛（中国）投资有限公司
2	深圳市幸福商城科技股份有限公司	其他、水果制品	8.32	-1.07	-779.71%	1 年以内	60 天以内		8.32	是	延迟开票	深圳市幸福西饼食品有限公司
	深圳市幸福西饼食品有限公司	奶油、其他、水果制品	666.48	1,744.65	38.20%	1 年以内	60 天以内	657.03	9.45	是	延迟开票	深圳市幸福西饼食品有限公司
3	保定市海策商贸有限公司	酱料、冷冻烘焙食品、奶油、其他、水果制品	47.28	674.74	7.01%	1 年以内	60 天以内	47.28		否		石家庄市宏威食品添加剂有限公司
	邯郸市海策贸易有限公司	冷冻烘焙食品、奶油、其他、水果制品	25.92	271.10	9.56%	1 年以内	60 天以内	25.92		否		石家庄市宏威食品添加剂有限公司

序号	客户名称	销售类别	期末应收账款余额（万元）	收入（万元）	占收入总额比例	账龄	信用期	信用期内回款金额（万元）	逾期金额（万元）	是否超过合同约定付款时间	超期未回款的原因	备注（同一控制名称）
	石家庄市海策商贸有限公司	奶油、其他、水果制品	30.15	239.30	12.60%	1 年以内	60 天以内	30.15		否		石家庄市宏威食品添加剂有限公司
	石家庄市宏威食品添加剂有限公司	冷冻烘焙食品、奶油、其他、水果制品	59.58	883.45	6.74%	1 年以内	60 天以内	59.43	0.15	是	延迟开票	石家庄市宏威食品添加剂有限公司
	邢台海策商贸有限公司	酱料、冷冻烘焙食品、奶油、其他、水果制品	48.04	181.13	26.52%	1 年以内	60 天以内	48.04		否		石家庄市宏威食品添加剂有限公司
4	青岛丹香投资管理有限公司	冷冻烘焙食品、奶油、其他、水果制品	138.21	966.40	14.30%	1 年以内	60 天以内+信用额 45 万	138.21		否		青岛丹香投资管理有限公司
5	厦门麦威工贸有限公司	酱料、奶油、其他、水果制品	128.67	571.68	22.51%	1 年以内	60 天以内+信用额 45 万	128.67		否		厦门麦威工贸有限公司
6	广州市白云区松洲乐丰食品经营部	酱料、冷冻烘焙食品、奶油、其他、水果制	121.80	763.98	15.94%	1 年以内	60 天以内	121.80		否		广州市白云区松洲乐丰食品经营部

序号	客户名称	销售类别	期末应收账款余额（万元）	收入（万元）	占收入总额比例	账龄	信用期	信用期内回款金额（万元）	逾期金额（万元）	是否超过合同约定付款时间	超期未回款的原因	备注（同一控制名称）
		品										
7	甘肃华润万家生活超市有限公司	冷冻烘焙食品、其他	1.89	24.81	7.63%	1年以内	45天以内	1.89		否		华润万家有限公司
	甘肃华润万家生活超市有限公司酒泉市分公司	冷冻烘焙食品、其他	0.44	8.63	5.07%	1年以内	45天以内	0.44		否		华润万家有限公司
	河南华润万家生活超市有限公司	冷冻烘焙食品、其他	0.90	8.35	10.78%	1年以内	45天以内	0.90		否		华润万家有限公司
	河南华润万家生活超市有限公司洛阳市分公司	冷冻烘焙食品、其他	1.11	1.92	57.86%	1年以内	45天以内	1.11		否		华润万家有限公司
	华润万家有限公司	酱料、冷冻烘焙食品	12.54	134.15	9.34%	1年以内	45天以内	12.54		否		华润万家有限公司
	宁夏华润万家生活超市有限	冷冻烘焙食品、其他	1.73	21.91	7.91%	1年以内	45天以内	1.73		否		华润万家有限公司

序号	客户名称	销售类别	期末应收账款余额（万元）	收入（万元）	占收入总额比例	账龄	信用期	信用期内回款金额（万元）	逾期金额（万元）	是否超过合同约定付款时间	超期未回款的原因	备注（同一控制名称）
	公司											
	陕西华润万家生活超市有限公司	冷冻烘焙食品、其他	18.36	126.99	14.46%	1年以内	45天以内	18.36		否		华润万家有限公司
	陕西华润万家生活超市有限公司宝鸡高新路分公司	冷冻烘焙食品、其他	0.82	6.87	11.89%	1年以内	45天以内	0.82		否		华润万家有限公司
	陕西华润万家生活超市有限公司泾河新城分公司	冷冻烘焙食品、其他	1.92	19.61	9.78%	1年以内	45天以内	1.92		否		华润万家有限公司
	陕西华润万家生活超市有限公司商洛市名人街分公司	冷冻烘焙食品、其他	1.01	6.79	14.85%	1年以内	45天以内	1.01		否		华润万家有限公司
	陕西华润万家生活超市有限公司渭南前进路分公司	冷冻烘焙食品、其他	2.11	26.00	8.13%	1年以内	45天以内	2.11		否		华润万家有限公司

序号	客户名称	销售类别	期末应收账款余额（万元）	收入（万元）	占收入总额比例	账龄	信用期	信用期内回款金额（万元）	逾期金额（万元）	是否超过合同约定付款时间	超期未回款的原因	备注（同一控制名称）
	陕西华润万家生活超市有限公司延安分公司	冷冻烘焙食品、其他	2.69	6.78	39.69%	1年以内	45天以内	2.69		否		华润万家有限公司
	深圳华润万佳超级市场有限公司	冷冻烘焙食品、其他	43.59	481.46	9.05%	1年以内	45天以内	43.59		否		华润万家有限公司
	天津华润万家生活超市有限公司	冷冻烘焙食品	27.38	25.09	109.13%	1年以内	45天以内	27.38		否		华润万家有限公司
	咸阳华润万家生活超市有限公司	冷冻烘焙食品、其他	1.68	18.31	9.20%	1年以内	45天以内	1.68		否		华润万家有限公司
	新疆华润万家生活超市有限公司	冷冻烘焙食品、其他	0.84	9.35	9.00%	1年以内	45天以内	0.84		否		华润万家有限公司
8	天山区新华南路百克日食品添加剂商行	奶油、其他	106.20	383.14	27.72%	1年以内	款到发货	106.20		否		天山区新华南路百克日食品添加剂

序号	客户名称	销售类别	期末应收账款余额（万元）	收入（万元）	占收入总额比例	账龄	信用期	信用期内回款金额（万元）	逾期金额（万元）	是否超过合同约定付款时间	超期未回款的原因	备注（同一控制名称）
												商行
9	济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司	酱料、冷冻烘焙食品、奶油、其他、水果制品	59.17	628.53	9.41%	1 年以内	60 天以内	59.17		否		济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司
	临沂市腾海商贸有限公司	冷冻烘焙食品、奶油、其他、水果制品	35.01	275.63	12.70%	1 年以内	60 天以内	35.01		否		济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司
10	深圳市佳兆好贸易有限公司	奶油、其他、水果制品	90.58	729.81	12.41%	1 年以内	60 天以内	90.58		否		深圳市佳兆好贸易有限公司
	合计		2,464.96	13,262.67	18.59%			2,402.04	62.92			

（二）报告期各期前五大客户应收账款余额与信用期内含税收入金额匹配情况及应收账款余额期后回款与信用期内收款匹配情况

2019 年公司前五大客户应收账款余额与信用期内含税收入金额匹配情况及应收账款余额期后回款与信用期内收款匹配情况如下：

单位：万元

序号	前五大应收客户	2019 年 10 月含税收入	2019 年 11 月含 税收入	2019 年 12 月含 税收入	本年期末应收账款余额	信用期	应收账款余额是否与信用期内收入相匹配	2020 年 1 月回款	2020 年 2 月回款	2020 年 3 月回款	期后回款是否在信用期内
1	沃尔玛（中国）投资有限公司	791.75	1,130.02	1,466.15	1,478.60	60 天以内	是，余额小于信用期 60 天内的含税收入金额	190.95	1,286.73	1,813.87	否，期后 60 天回款小于期初应收账款余额
2	石家庄市海策商贸有限公司	4.41	29.25	99.38	97.62	60 天以内	是，余额小于信用期 60 天内的含税收入金额	102.31	78.11	33.63	是，期后 30 天回款大于期初应收账款余额
	保定市海策商贸有限公司	59.85	79.22	78.03	78.03	60 天以内	是，余额等于信用期 60 天内的含税收入金额	78.03	74.54	24.26	是，期后 30 天回款等于期初应收账款余额
	邯郸市海策贸易有限公司	17.30	33.08	103.63	71.84	60 天以内	是，余额小于信用期 60 天内的含税收入金额	71.84	8.22	12.01	是，期后 30 天回款等于期初应收账款余额
	邢台海策商贸有限公司	30.16	49.88	66.18	66.18	60 天以内	是，余额等于信用期 60 天内的含税收入金额	66.18	16.22	24.28	是，期后 30 天回款等于期初应收账款余额
	石家庄市宏威食品添加剂有限公司	61.47	120.29	31.28	12.28	60 天以内	是，余额小于信用期 60 天内的含税收入金额	12.28		26.93	是，期后 30 天回款等于期初应收账款余额

序号	前五大应收客户	2019 年 10 月含税收入	2019 年 11 月含 税收入	2019 年 12 月含 税收入	本年期末应收账款余额	信用期	应收账款余额是否与信用期内收入相匹配	2020 年 1 月回款	2020 年 2 月回款	2020 年 3 月回款	期后回款是否在信用期内
3	华润万家有限公司			205.62	169.29	45 天以内	是，由华润万家或华润万佳回款，余额小于信用期 45 天内的含税收入金额（注）	171.48			是，由华润关联企业回款，期后 30 天回款大于应收账款期初余额（注）
	深圳华润万佳超级市场有限公司	72.31	79.84	70.95	128.65	45 天以内		139.92	76.36	107.62	
	陕西华润万家生活超市有限公司	2.57		2.13	4.98	45 天以内		0.17	0.44	0.01	
	江西洪客隆百货投资有限公司	2.74	1.45	1.07	1.99	45 天以内		2.82	2.77	0.49	
	西安爱家超市有限公司	0.43		0.22	0.16	45 天以内		0.12	0.02	0.01	
	陕西华润万家生活超市有限公司泾河新城分公司				0.14	45 天以内					
	延安华润万家生活超市有限	0.18			0.04	45 天以内				0.02	

序号	前五大应收客户	2019 年 10 月含税收入	2019 年 11 月含 税收入	2019 年 12 月含 税收入	本年期末应收账款余额	信用期	应收账款余额是否与信用期内收入相匹配	2020 年 1 月回款	2020 年 2 月回款	2020 年 3 月回款	期后回款是否在信用期内
	公司										
	宁夏华润万家生活超市有限公司				1.77	45 天以内	否				否
4	深圳市鹏福供应链管理有限公司	74.01	91.92	124.70	215.83	大于 60 天	是，余额小于信用期 60 天内的含税收入金额	87.48	3.65	95.04	是，对方申请了延期付款，4 月份收到款项 29.66 万元
5	济宁市腾飞食品添加剂有限责任公司	62.76	99.93	104.27	99.11	60 天以内	是，余额小于信用期 60 天内的含税收入金额	50.00	55.02	18.43	是，对方申请了延期付款，2 月份已支付完期初应收账款余额
	青岛腾旺食品配料有限公司	38.70	55.24	65.68	61.33	60 天以内	是，余额小于信用期 60 天内的含税收入金额	61.33	2.42	15.62	是，期后 30 天回款等于期初应收账款余额
	临沂市腾海商贸有限公司	30.81	15.41	44.77	34.34	60 天以内	是，余额小于信用期 60 天内的含税收入金额	34.34	5.62		是，期后 30 天回款等于期初应收账款余额
	合计	1,249.47	1,785.52	2,464.07	2,522.18			1,069.27	1,610.11	2,172.24	

2018 年度公司前五大客户应收账款余额与信用期内含税收入金额匹配情况及应收账款余额期后回款与信用期内收款匹配情况如下：

单位：万元

序号	前五大应收客户	2018 年 10 月含税收入	2018 年 11 月含税收入	2018 年 12 月含税收入	本年期末应收账款余额	信用期	应收账款余额是否与信用期相匹配	2019 年 1 月回款	2019 年 2 月回款	2019 年 3 月回款	期后回款是否在信用期内
1	沃尔玛（中国）投资有限公司	801.43	604.54	692.89	907.04	60 天以内	是，余额小于信用期 60 天内的含税收入金额	727.32	811.53	833.37	是，期后 60 天回款大于期初应收账款余额
2	深圳市鹏福供应链管理有限公司			23.27	23.27	大于 60 天	是，余额小于信用期 60 天内的含税收入金额			162.54	否，期后 60 天回款小于期初应收账款余额，3 月全部回款
	深圳市幸福商城科技股份有限公司	216.89	245.20	241.36	480.64	大于 60 天	是，余额小于信用期 60 天内的含税收入金额	240.43		350.18	否，期后 60 天回款小于期初应收账款余额，3 月全部回款
3	甘肃华润万家生活超市有限公司	1.34	1.82	2.04	5.09	45 天以内	是，由华润万家或华润万佳回款，余额小于信用期 45 天内的含税收入金额（注）	5.11	0.03	1.09	是，由华润关联企业回款，期后 45 天回款大于应收账款期初余额（注）
	甘肃华润万家生活超市有限公司酒泉市分公司	2.30			2.28	45 天以内					
	河南华润万家生活超市				0.83	45 天以内					

序号	前五大应收客户	2018 年 10 月含税收入	2018 年 11 月含税收入	2018 年 12 月含税收入	本年期末应收账款余额	信用期	应收账款余额是否与信用期相匹配	2019 年 1 月回款	2019 年 2 月回款	2019 年 3 月回款	期后回款是否在信用期内
	有限公司										
	河南华润万家生活超市有限公司洛阳市分公司				1.08	45 天以内					
	华润万家有限公司	45.27	40.32	52.53	80.75	45 天以内		80.75		14.72	
	江西洪客隆百货投资有限公司	17.69	2.71	10.95	9.63	45 天以内		10.27	5.53		
	陕西华润万家生活超市有限公司宝鸡高新路分公司	3.70	1.58	2.06	2.05	45 天以内		2.05	1.97		
	陕西华润万家生活超市有限公司泾河新城分公司	1.48	1.52	1.34	1.33	45 天以内		1.33	1.12	0.03	
	陕西华润万家生活超市	1.15	0.41	0.78	0.77	45 天以内		0.77	0.90		

序号	前五大应收客户	2018 年 10 月含税收入	2018 年 11 月含税收入	2018 年 12 月含税收入	本年期末应收账款余额	信用期	应收账款余额是否与信用期相匹配	2019 年 1 月回款	2019 年 2 月回款	2019 年 3 月回款	期后回款是否在信用期内
	有限公司商洛市名人街分公司										
	陕西华润万家生活超市有限公司渭南前进路分公司	6.14	1.64	1.02	1.01	45 天以内		1.01	1.68		
	陕西华润万家生活超市有限公司咸阳彩虹分公司	1.78	1.23	0.78	0.77	45 天以内		0.77	0.82	0.03	
	新疆华润万家生活超市有限公司				0.80	45 天以内					
	延安华润万家生活超市有限公司	3.00	1.88	2.51	2.50	45 天以内		2.50	3.16	0.03	
	西安爱家超市有限公司	10.46	4.17	3.07	3.06	45 天以内		3.06	4.14	0.45	

序号	前五大应收客户	2018 年 10 月含税收入	2018 年 11 月含税收入	2018 年 12 月含税收入	本年期末应收账款余额	信用期	应收账款余额是否与信用期相匹配	2019 年 1 月回款	2019 年 2 月回款	2019 年 3 月回款	期后回款是否在信用期内
	陕西华润万家生活超市有限公司	14.64	8.99	9.50	13.86	45 天以内	是，余额小于信用期 45 天内的含税收入金额	9.07	6.71	0.31	否，1 月和 2 月存在代华润关联方公司付款，3 月份才支付完期初应收账款余额（注）
	深圳华润万佳超级市场有限公司	87.28	44.92	144.69	131.53	45 天以内		61.04	102.45	100.47	否，1 月和 2 月存在代华润关联方公司付款，3 月份才支付完期初应收账款余额（注）
	天津华润万家生活超市有限公司	11.02	2.72	2.24	13.23	45 天以内	否	13.14			否，但 2 月份由华润集团内华润关联公司支付（注）
4	保定市海策商贸有限公司	41.68	65.94	71.48	17.64	60 天以内	是，余额小于信用期 60 天内的含税收入金额	67.64	34.15	41.83	是，期后 30 天回款大于期初应收账款余额
	邯郸市海策贸易有限公司	23.70	30.40	33.03	4.85	60 天以内	是，余额小于信用期 60 天内的含税收入金额	54.85	41.49	4.43	是，期后 30 天回款大于期初应收账款余额

序号	前五大应收客户	2018 年 10 月含税收入	2018 年 11 月含税收入	2018 年 12 月含税收入	本年期末应收账款余额	信用期	应收账款余额是否与信用期相匹配	2019 年 1 月回款	2019 年 2 月回款	2019 年 3 月回款	期后回款是否在信用期内
	石家庄市海策商贸有限公司	79.81	19.42	103.09	81.50	60 天以内	是，余额小于信用期60天内的含税收入金额	91.37	84.17	54.34	是，期后 30 天回款大于期初应收账款余额
	邢台海策商贸有限公司	21.74	52.95	31.37	31.37	60 天以内	是，余额等于信用期60天内的含税收入金额	31.37	53.66	12.36	是，期后 30 天回款等于期初应收账款余额
5	中山市采蝶轩食品有限公司	36.11	57.49	93.77	133.36	大于 60 天	是，余额小于信用期60天内的含税收入金额	61.52	108.47	88.86	是，期后 60 天回款大于期初应收账款余额
	合计	1,428.61	1,189.85	1,523.77	1,950.26			1,465.39	1,261.97	1,665.04	

2017 年度公司前五大客户应收账款余额与信用期内含税收入金额匹配情况及应收账款余额期后回款与信用期内收款匹配情况如下：

单位：万元

序号	前五大应收客户	2017 年 10 月含税收入	2017 年 11 月含税收入	2017 年 12 月含 税收入	本年期末应收账款余额	信用期	应收账款余额是否与信用期相匹配	2018 年 1 月回款	2018 年 2 月回款	2018 年 3 月回款	期后回款是否在信用期内
1	沃尔玛（中国）投资有限公司	0.01	525.44	1,308.84	780.55	60 天以内	是，余额小于信用期 60 天内的含税收入金额	622.84	112.72	1,227.95	否，3 月份已支付完期初应收账款余额
2	深圳市幸福商城科技股份有限公司				8.32	60 天以内	否			370.71	否，3 月份已支付完期初应收账款余额
	深圳市幸福西饼食品有限公司	279.86	251.98	443.46	666.48	60 天以内	否	250.76	406.27		否，3 月份已支付完期初应收账款余额
3	保定市海策商贸有限公司	38.60	70.14	54.64	47.28	60 天以内	是，余额小于信用期 60 天内的含税收入金额	54.64	93.05	46.33	是，期后 30 天回款大于期初应收账款余额
	邯郸市海策贸易有限公司	30.97	47.39	32.88	25.92	60 天以内	是，余额小于信用期 60 天内的含税收入金额	33.28	47.47	7.65	是，期后 30 天回款大于期初应收账款余额

序号	前五大应收客户	2017 年 10 月含税收入	2017 年 11 月含税收入	2017 年 12 月含 税收入	本年期末应收账款余额	信用期	应收账款余额是否与信用期相匹配	2018 年 1 月回款	2018 年 2 月回款	2018 年 3 月回款	期后回款是否在信用期内
	石家庄市海策商贸有限公司	26.74	2.97	43.21	30.15	60 天以内	是，余额小于信用期 60 天内的含税收入金额	58.03	152.86	28.61	是，期后 30 天回款大于期初应收账款余额
	石家庄市宏威食品添加剂有限公司	75.62	101.33	71.20	59.58	60 天以内	是，余额小于信用期 60 天内的含税收入金额	59.43	27.40	8.40	否，2 月份已支付完期初应收账款余额
	邢台海策商贸有限公司	23.76	39.38	55.40	48.04	60 天以内	是，余额小于信用期 60 天内的含税收入金额	70.12	42.94	43.71	是，期后 30 天回款大于期初应收账款余额
4	青岛丹香投资管理有限公司	58.66	130.97	148.08	138.21	60 天以内+信用额 45 万	是，余额小于信用期 60 天内的含税收入金额	138.21	13.75	111.60	是，期后 30 天回款等于期初应收账款余额
5	厦门麦威工贸有限公司		25.42	458.09	128.67	60 天以内+信用额 45 万	是，余额小于信用期 60 天内的含税收入金额	101.58	3.60	120.90	是，期后 30 天回款与期初应收款余额差异小于信用额 45 万
	合计	534.23	1,195.02	2,615.79	1,933.20			1,388.88	900.06	1,965.86	

注：公司与华润万家有限公司签订销售合同，合同约定：“如甲方的某一关联公司对于乙方或乙方关联合作方的应付款不足以抵扣合同约定的费用的，

乙方确认，可由甲方其他任一关联公司自其对乙方或乙方关联合作方的应付款中抵扣，甲方转由其他关联公司抵扣乙方应承担费用的具体明细会通知乙方或乙方关联合作方，通知方式包括但不限于供应商信息平台记录、电话通知等。”结算确认书约定：“本确认书提及的“甲方”的范围包括与甲方有直接或间接股权关系的关联公司，包括但不限于华润万家有限公司、苏果超市有限公司、特易购乐购（中国）投资有限公司等”；故华润万家关联公司收款情况需合并考虑。

如上表所示，报告期内各期前五大应收账款客户除逾期客户外，应收账款余额均小于或等于信用期内收入，应收账款余额在期后的收款情况与信用政策基本一致。

四、 报告期内各季度应收账款余额及占当期营业收入比重，报告期各期第四季度回款情况，是否存在提前确认收入情形；

（一）报告期内各季度应收账款余额及占当期营业收入比重

报告期内，公司各季度应收账款余额及占当期营业收入比重具体情况如下：

季度	应收账款余额（万元）			当期营业收入（万元）			应收账款余额占当期营业收入比重（%）		
	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2019 年度	2018 年度	2017 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度
一季度	5,527.24	4,257.05	3,857.52	34,280.27	27,259.14	18,269.70	16.12	15.62	21.11
二季度	5,395.19	4,066.14	4,409.24	35,125.44	30,148.09	20,172.86	15.36	13.49	21.86
三季度	6,646.86	5,776.87	5,809.85	38,835.71	32,774.02	24,795.06	17.12	17.63	23.43
四季度	8,501.21	6,449.98	6,211.62	50,131.53	41,164.05	32,361.53	16.96	15.67	19.19

报告期内各季末间应收账款余额占收入比重合理，不存在显著差异。

（二）报告期内各期第四季度收入回款情况，是否存在提前确认收入情形

报告期内，公司各期第四季度收入回款情况具体如下：

项目	四季度含税收入（万元）	四季度收入形成的应收账款期末余额（万元）	应收账款余额收入占比	回款情况									
				1个月以内		2-3个月		4-6个月		7-12个月		1年以上截至2020年7月26日	
				金额（万元）	占比	金额（万元）	占比	金额（万元）	占比	金额（万元）	占比	金额（万元）	占比
2019年	56,873.73	8,410.72	14.79%	6,259.70	74.43%	2,046.64	24.33%	102.80	1.22%	0.57	0.01%		
2018年	47,746.06	6,392.75	13.39%	5,380.85	84.17%	893.47	13.98%	86.12	1.35%	10.90	0.17%	0.47	0.01%
2017年	38,059.66	5,880.42	15.45%	4,997.08	84.98%	849.66	14.45%	26.55	0.45%	4.22	0.07%	2.91	0.05%

报告期内，四季度收入形成应收账款期末余额分别为 5,880.42 万元、6,392.75 万元、8,410.72 万元，占当年四季度收入比重分别为 15.45%、13.39%、14.79% ，报告期内比例较为稳定，不存在异常波动；期后 3 个月回款比例稳定在 95%以上，保持了较高的水平，回款速度正常。

综上所述，公司报告期内严格按照自身会计政策确认收入，不存在提前确认收入的情形。

五、 报告期各期末应收账款金额至反馈意见回复日的回款金额及比例，分析应收账款逾期金额和逾期未收回的原因，是否存在回款障碍，报告期内应收账款核销的具体情形和标准；

（一）报告期各期末应收账款金额至反馈意见回复日的回款金额及比例

报告期各期末公司应收账款金额至反馈意见回复日的回款金额及比例具体情况如下：

单位：万元

项目	应收账款余额（万元）	回款情况									
		1个月以内		2-3个月		4-6个月		7-12个月		1年以上截至2020年7月26日	
		金额（万元）	占比	金额（万元）	占比	金额（万元）	占比	金额（万元）	占比	金额（万元）	占比
2019年	8,501.21	6,290.13	73.99%	2,067.97	24.33%	103.49	1.22%	0.59	0.01%		
2018年	6,449.98	5,390.59	83.58%	900.88	13.97%	86.14	1.34%	15.83	0.25%	20.56	0.32%
2017年	6,211.62	5,039.73	81.13%	872.47	14.05%	234.39	3.77%	57.08	0.92%	2.91	0.05%

报告期内各期末应收账款在次年 1 季度的收回比例分别为 95.18%、97.54%、98.32% ，回款比较稳定，不存在重大异常。

（二）应收账款逾期金额和逾期未收回的原因，是否存在回款障碍

公司应收账款逾期金额和逾期未收回的原因，是否存在回款障碍详见本反馈意见回复16 二相关内容。

（三）报告期内应收账款核销的具体情形和标准

报告期内核销的应收账款明细如下：

单位：万元

客户名称	2019 年度	2018 年度	2017 年度
苏州市胥城食品添加剂有限责任公司			0.39
广州稠昊贸易有限公司		4.00	
河北观澜贸易有限公司		4.87	
甘肃捷森商贸有限公司		0.92	
松原市宁江区绿润食品添加剂商店		0.13	
上海莱雷商社		1.86	
沈阳市和平区金大公食品商行		0.49	
合肥麦典食品有限公司		0.22	
肃州区宾诺咖啡商行		0.35	
合计		12.84	0.39

针对超过账期一年的应收款，公司尝试停止发货、寄发书面催收文件无果后，确定通过正常途径收回可能性较小，则交法务维权，启动相关法律诉讼程序，财务部依据诉讼结果及执行情况判断是否需要单项计提坏账，提交财务总监审批；对于确定无法收回的应收款，销售部汇总相关信息提交公司总经理审批，会计根据审批进行账务核销会计处理，提交财务经理和财务总监审核；已注销的坏账又收回，应及时入账并由财务总监审核。

报告期内，公司对预计已无法收回的应收账款进行了核销处理，报告期内，核销金额分别为 0.39 万元、12.84 万元、0.00 万元，累计金额为 13.23 万元，金额较小，且上述核销均履行了相关内部审批程序。

六、 比较分析同行业可比公司应收账款账龄分布及坏账准备计提比例差异情况，发行人坏账准备计提的充分性；

（一）公司应收账款账龄分布与同行业可比公司的比较情况

2019 年度公司应收账款账龄分布与同行业可比公司的比较情况如下表所示：

单位：万元

项目	立高食品		同行业平均值		海融科技		桃李面包		麦趣尔		元祖股份	
	应收账款	比重	应收账款	比重	应收账款	比重	应收账款	比重	应收账款	比重	应收账款	比重
1年以内	8,444.66	99.33%	16,929.34	90.32%	2,679.63	99.92%	50,369.04	98.51%	9,164.52	70.58%	5,504.17	98.42%
1-2年	51.50	0.61%	651.81	3.48%	0.57	0.02%	551.40	1.08%	1,966.70	15.15%	88.55	1.58%
2-3年	5.04	0.06%	301.23	1.61%			104.89	0.21%	1,100.01	8.47%		
3年以上			861.03	4.59%	1.50	0.06%	105.87	0.21%				
3-4年									333.00	2.56%		
4-5年									51.03	0.39%		
5年以上									369.63	2.85%		
合计	8,501.20	100.00%	18,743.40	100.00%	2,681.70	100.00%	51,131.20	100.00%	12,984.89	100.00%	5,592.72	100.00%

注：由于无法获取南侨股份 2018 及 2019 年度的相关资料，故未将南侨股份列入同行业可比公司进行比较，下同。

2018 年度公司应收账款账龄分布与同行业可比公司的比较情况如下表所示：

单位：万元

项目	立高食品		同行业平均值		海融科技		桃李面包		麦趣尔		元祖股份	
	应收账款	比重	应收账款	比重	应收账款	比重	应收账款	比重	应收账款	比重	应收账款	比重
1年以内	6,442.03	99.88%	14,968.52	91.67%	2,607.49	99.28%	45,398.77	99.47%	8,819.71	75.25%	3,048.10	100.00%
1-2年	7.95	0.12%	481.29	2.95%	16.43	0.63%	132.81	0.29%	1,775.91	15.15%		
2-3年			119.19	0.73%	0.02	0.00%	24.40	0.05%	452.33	3.86%		
3年以上			759.18	4.65%	2.50	0.10%	84.24	0.18%				
3-4年									282.53	2.41%		
4-5年									97.66	0.83%		
5年以上									292.25	2.49%		
合计	6,449.98	100.00%	16,328.17	100.00%	2,626.44	100.00%	45,640.22	100.00%	11,720.39	100.00%	3,048.10	100.00%

2017 年度公司应收账款账龄分布与同行业可比公司的比较情况如下表所示：

单位：万元

项目	立高食品		同行业平均值		海融科技		桃李面包		麦趣尔		元祖股份	
	应收账款	比重	应收账款	比重	应收账款	比重	应收账款	比重	应收账款	比重	应收账款	比重
1年以内	6,193.19	99.70%	11,995.03	94.10%	2,276.45	99.16%	34,992.30	99.58%	6,606.63	80.48%	4,104.73	100.00%
1-2年	18.44	0.30%	199.94	1.57%	15.80	0.69%	7.31	0.02%	776.63	9.46%		
2-3年			93.46	0.73%			0.93	0.00%	372.92	4.54%		
3年以上			458.78	3.60%	3.50	0.15%	2.55	0.01%				
3-4年									147.52	1.80%		
4-5年									136.52	1.66%		
5年以上									168.69	2.05%		
单项计提（注）							137.67	0.39%				
合计	6,211.63	100.00%	12,747.21	100.00%	2,295.75	100.00%	35,140.76	100.00%	8,208.91	100.00%	4,104.73	100.00%

注：2017 年 12 月 31 日桃李面包单项计提坏账准备的应收账款未披露账龄。

从上表可以看出，公司应收账款账龄主要系一年以内，一年以内占比与海融科技及桃李面包基本一致，优于麦趣尔及同行业平均值。

（二）公司应收账款坏账准备按账龄计提的比例与同行业可比公司的比较

报告期内公司应收账款坏账准备按账龄计提的比例与同行业可比公司比较如下表所示：

账龄	应收账款坏账计提比例（%）								
	立高食品	同行业平均数		海融科技	桃李面包		麦趣尔		元祖股份
		2019年	2018年和2017年		2019年	2018年和2017年	2019年	2018年和2017年	
180天以内	5	2.26	2.75	5	2	5	2.02	1	
180天-1年	5	7.26	7.75	5	2	5	2.02	1	20
1-2年	10	47.12	23.75	30	100	10	8.47	5	50
2-3年	50	68.22	55.00	60	100	50	12.87	10	100
3-4年	100	83.50	82.50	100	100	100	34.01	30	100
4-5年	100	96.89	90.00	100	100	100	87.54	60	100
5年以上	100	100.00	100.00	100	100	100	100	100	100

注1：由于无法获取南侨股份2018及2019年度的相关资料，故未将南侨股份列入同行业可比公司进行比较，下同。

注2：元祖股份2019年年报未披露各账龄坏账比例及金额，故2019年坏账计提比例仍取2018年比例。

如上表所示，公司应收账款坏账计提比例高于麦趣尔，与其他同行业可比公司计提比例略有不同，其中公司1年以内账龄的应收账款计提比例仅低于元祖股份，但元祖股份180天内的应收账款未计提坏账；公司1-3年账龄的应收账款计提比例低于行业平均值；公司3年以上账龄的应收账款坏账计提比例与同行业可比公司对比除麦趣尔外，与其他完全一致。

报告期内，同行业可比公司除元祖食品账龄1年以内单独披露了180天以内外，其他公司均系按1年内披露。公司账龄组合应收账款按同行业可比公司平均坏账准备计提比例计算坏账情况如下：

单位：万元

2019年12月31日					
账龄	应收账款账龄组合余额	同行业平均坏账计提比例	同行业平均坏账计提比例计算坏账金额	公司坏账准备余额	差异
180天以内	8,415.17	2.26%	190.18	420.76	-230.58
180天-1年	29.50	7.26%	2.14	1.47	0.67
1-2年	20.56	47.12%	9.69	2.06	7.63
合计	8,465.22		202.01	424.29	-222.28

单位：万元

2018 年 12 月 31 日					
账龄	应收账款账龄组合余额	同行业平均坏账计提比例	同行业平均坏账计提比例计算坏账金额	公司坏账准备余额	差异
180 天以内	6,416.96	2.75%	176.47	320.85	-144.38
180 天-1 年	25.07	7.75%	1.94	1.25	0.69
1-2 年	7.95	23.75%	1.89	0.80	1.09
合计	6,449.98		180.30	322.90	-142.60

单位：万元

2017 年 12 月 31 日					
账龄	应收账款账龄组合余额	同行业平均坏账计提比例	同行业平均坏账计提比例计算坏账金额	公司坏账准备余额	差异
180 天以内	6,004.30	2.75%	165.12	300.21	-135.10
180 天-1 年	188.89	7.75%	14.64	9.44	5.19
1-2 年	18.44	23.75%	4.38	1.84	2.54
合计	6,211.62		184.14	311.50	-127.37

报告期内，公司应收账款账龄组合无超过 2 年的应收账款，180 天以内应收账款坏账计提比例高于同行业可比公司均值，180 天-1 年及 1-2 年应收账款坏账计提比例低于同行业可比公司均值，但公司应收账款余额主要集中在 180 天以内，占比分别为 96.66%、99.49%、99.41%，故按同行业可比公司平均坏账计提比例计算期末坏账准备远小于公司实际计提坏账准备。

报告期各期末，公司计提的坏账准备占应收账款余额的比例与同行业可比公司对比如下：

项目	2019 年 12 月 31 日						
	应收账款期末余额（万元）			期末坏账准备（万元）			实际计提预计损失率
	账龄组合	单项计提	合计	账龄组合	单项计提坏账金额	合计	
海融科技	2,681.69		2,681.69	135.65		135.65	5.06%
桃李面包	50,442.42	688.77	51,131.19	1,169.16	688.77	1,857.93	3.63%
麦趣尔	10,457.05	2,527.83	12,984.88	815.17	1,043.76	1,858.93	14.32%
元祖股份	5,592.72		5,592.72	109.92		109.92	1.97%
可比公司均值	17,293.47	804.15	18,097.62	557.47	433.13	990.61	5.47%

项目	2019 年 12 月 31 日						
	应收账款期末余额（万元）			期末坏账准备（万元）			实际计提预计损失率
	账龄组合	单项计提	合计	账龄组合	单项计提坏账金额	合计	
立高食品	8,465.23	35.98	8,501.21	424.29	35.98	460.27	5.41%

项目	2018 年 12 月 31 日						
	应收账款期末余额（万元）			期末坏账准备（万元）			实际计提坏账比例
	账龄组合	单项计提	合计	账龄组合	单项计提坏账金额	合计	
海融科技	2,626.44		2,626.44	137.81		137.81	5.25%
桃李面包	44,976.10	664.12	45,640.22	2,256.13	446.10	2,702.23	5.92%
麦趣尔	11,720.40		11,720.40	657.83		657.83	5.61%
元祖股份	3,048.10		3,048.10				
可比公司均值	15,592.76	166.03	15,758.79	762.94	111.53	874.47	5.55%
立高食品	6,449.98		6,449.98	322.90		322.90	5.01%

项目	2017 年 12 月 31 日						
	应收账款期末余额（万元）			期末坏账准备（万元）			实际计提坏账比例
	账龄组合	单项计提	合计	账龄组合	单项计提坏账金额	合计	
海融科技	2,295.75		2,295.75	122.06		122.06	5.32%
桃李面包	35,003.09	137.67	35,140.76	1,753.36	137.67	1,891.03	5.38%
麦趣尔	8,208.91		8,208.91	437.05		437.05	5.32%
元祖股份	4,104.73		4,104.73				
可比公司均值	12,403.12	34.42	12,437.54	578.12	34.42	612.54	4.92%
立高食品	6,211.62		6,211.62	311.50		311.50	5.01%

从上表可以看出，报告期各期末，公司应收账款按单项计提和按账龄分析法，实际计提坏账准备比例分别为 5.01%、5.01%、5.41%，接近于同行业可比公司均值。

（三）发行人坏账准备计提比例的充分性

根据新的金融准则，公司参照历史预期损失经验信息重新估计应收账款预期信用损失。

具体方法：按照账龄使用迁徙率模型考虑前瞻性信息编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，具体方法为 2019 年 12 月 31 日确认的预期信用损失使用 2017-2019 年三期数据进行迁徙率及损失率的计算，在计算预期信用损失率时公司根据历史经验假设 2 年以上应收款款损失率为 100%。具体计算过程如下：

2019 年公司应收账款预计损失率如下表所示：

账龄	2018 年末应收账款余额（万元）A	2019 年收回金额（万元）B	实际收回率 C=B/A	历史迁徙率 D=1-C
1 年以内	6,442.03	6,390.53	99.20%	0.80%
1 至 2 年	7.95	2.91	36.62%	63.38%
合计	6,449.98	6,393.44		

2018 年公司应收账款预计损失率如下表所示：

账龄	2017 年末应收账款余额（万元）A	2018 年收回金额（万元）B	实际收回率 C=B/A	历史迁徙率 D=1-C
1 年以内	6,193.19	6,185.23	99.87%	0.13%
1 至 2 年	18.44	18.44	100.00%	0.00%
合计	6,211.63	6,203.67		

2017 年公司应收账款预计损失率如下表所示：

账龄	2016 年末应收账款余额（万元）A	2017 年收回金额（万元）B	实际收回率 C=B/A	历史迁徙率 D=1-C
1 年以内	3,916.08	3,897.64	99.53%	0.47%
1 至 2 年	11.82	11.82	100.00%	0.00%
合计	3,927.90	3,909.46		

2016 年公司应收账款预计损失率如下表所示：

账龄	2015 年末应收账款余额（万元）A	2016 年收回金额（万元）B	实际收回率 C=B/A	历史迁徙率 D=1-C
1 年以内	388.52	376.70	96.96%	3.04%
合计	388.52	376.70	96.96%	3.04%

2017 年-2019 年，公司应收账款平均预计损失率如下表所示：

账龄	2017 年-2019 年平均历史迁徙率		不考虑调整因素计算历史损失率 G		前瞻性调整 H	调整后损失率 I=G*(1+H)
1 年以内	0.47%	A	0.10%	F=A*E		0.10%
1 至 2 年	21.13%	B	21.13%	E=B*D		21.13%
2 至 3 年	100.00%	C	100.00%	D=C		100.00%

2016 年-2018 年，公司应收账款平均预计损失率如下表所示：

账龄	2016 年-2018 年平均历史迁徙率		不考虑调整因素计算历史损失率 G		前瞻性调整 H	调整后损失率 I=G*(1+H)
1 年以内	1.21%	A	0.00%	F=A*E		0.00%
1 至 2 年	0.00%	B	0.00%	E=B*D		0.00%
2 至 3 年	100.00%	C	100.00%	D=C		100.00%

按预计损失率测算预计信用损失与原政策计提坏账金额进行比较，具体情况如下：

单位：万元

账龄	2017-2019 年平均预计损失率	原坏账计提比例	2019 年末应收账款余额	测算预计信用损失	原政策计提坏账金额
1 年以内	0.10%	5.00%	8,444.66	8.32	422.23
1 至 2 年	21.13%	10.00%	20.56	4.34	2.06
合计			8,465.22	12.66	424.29

单位：万元

账龄	2016-2018 年平均预计损失率	原坏账计提比例	2018 年末应收账款余额	测算预计信用损失	原政策计提坏账金额
1 年以内	0.00%	5.00%	6,442.03		322.10
1 至 2 年	0.00%	10.00%	7.95		0.80
合计			6,449.98		322.90

从上表可以看出，2019 年 12 月 31 日及 2018 年 12 月 31 日运用迁徙率模型计算的预期信用损失较沿用以前年度账龄分析法计提的坏账准备小，考虑到公司客户质量以及信用状况与往年相比未发生重大变化，基于谨慎性和前后一贯性原则，公司仍采用原账龄分析法下的计提比例作为预期信用损失率。

综上，公司按账龄计提坏账比例与同行业可比公司平均水平不存在重大差异。公司除按账龄分析法计提外，各期末还对应收账款进行风险评估后，对于回收风险较大的应收账款单项计提了坏账准备。执行新金融准则，计算的预期信用损失远小于原按账龄比例计提金额，公司选择从高计提，故不改变原坏账计提比例。公司应收账款坏账计提合理、充分。

七、 是否存在应收账款与应收票据之间转换的行为，如有，请列明详细情况，应收账款转为应收票据的，其账龄是否按照初次确认应收账款的时点计算并计提坏账准备。

报告期内，公司使用应收票据结算情况较少。

公司分别于 2018 年 10 月及 11 月分两笔对青岛丹香投资管理有限公司确认收入共计 30.53 万元，对应确认应收账款 35.41 万元。2018 年 11 月，公司收到客户青岛丹香投资管理有限公司支付的银行承兑汇票一张，金额为 35.41 万元，开票日期 2018 年 11 月 13 日，到期日 2019 年 5 月 13 日。考虑到青岛丹香投资管理有限公司与公司合作时间长，采购规模大，且信用良好，因此，公司同意此次的票据结算。该票据承兑银行为青岛银行，2018 年 7 月 30 日，中诚信国际评级有限责任公司对青岛银行主体信用评级为 AA+，信用评级较高，并且公司现金充足，该票据到期按时承兑。鉴于该票据为银行承兑汇票，承兑单位评级较高，承兑风险较低，公司未对其计提坏账准备。

除此之外，报告期各期公司不存在其他使用票据结算情况，也不存在在收入确认时对应收账款进行初始确认，后又将该应收账款转为应收票据的情况。

八、 请保荐人、申报会计师说明各期末的发函比例、回函比例、回函金额占期末应收账款余额的比例、函证是否存在差异及处理意见，并发表明确核查意见。

（一）各期末发函比例、回函比例以及回函金额占期末应收账款余额的比例

报告期内，申报会计师对客户的函证及相关回函比例如下所示：

报表项目	项目	2019 年末	2018 年末	2017 年末
应收账款	发函金额（万元）	8,377.06	6,361.94	5,915.10
	回函金额（万元）	6,890.52	4,741.73	4,273.74
	应收账款余额（万元）	8,501.21	6,449.98	6,211.62
	发函比例	98.54%	98.63%	95.23%
	回函比例	82.25%	74.53%	72.25%
	回函覆盖比例	81.05%	73.52%	68.80%

注：回函金额为回函相符金额

（二）函证是否存在差异及处理意见，并发表明确核查意见

1、2019 年 12 月 31 日回函不符的具体情况及原因如下：

客户	账面余额（万元）	回函余额（万元）	收入确认是否准确
广东永辉超市有限公司	2.05	5.63	是
广西南城百货有限责任公司	4.80	14.27	是
广州市 8 字连锁店有限公司	1.22	1.07	是
上海盒马供应链管理有限公司	34.90	104.78	是
上海盒马网络科技有限公司		0.07	是
福州玛利园食品有限公司		-0.63	是
天虹商场股份有限公司	-0.00045		是
深圳市鹏福供应链管理有限公司	208.53	178.87	是
合计	251.50	304.06	

上述回函差异原因均为双方记账方式差异造成。部分客户是每月 24 日结账或者是根据开票确认应付账款，回函确认了应付余额信息或者收货信息，与企业账面存在差异。公司系根据《企业会计准则》规定，采用权责发生制，以控制权转移等条件作为收入及应收账款确认标准，确认报告期各期的应计收入及应收账款。

回函不符客户经销模式以及收入确认方式如下所示：

客户	经销模式	收入确认依据	收入确认是否准确
广东永辉超市有限公司	直销	对账确认收入	是
广西南城百货有限责任公司	直销	对账确认收入	是
广州市 8 字连锁店有限公司	直销	签收确认收入	是
上海盒马供应链管理有限公司	直销	对账确认收入	是
上海盒马网络科技有限公司	直销	对账确认收入	是
福州玛利园食品有限公司	直销	签收确认收入	是
天虹商场股份有限公司	直销	对账确认收入	是
深圳市鹏福供应链管理有限公司	直销	签收确认收入	是

2、2018 年 12 月 31 日回函不符的具体情况及原因如下：

客户	账面余额（万元）	回函余额（万元）	收入确认是否准确

客户	账面余额（万元）	回函余额（万元）	收入确认是否准确
广西南城百货有限责任公司	4.41		是
上海盒马网络科技有限公司	13.49	32.96	是
上海盒马网络科技有限公司南京第一分公司	5.25	14.05	是
上海盒马网络科技有限公司杭州第一分公司		10.84	是
浙江一鸣食品股份有限公司	37.87	16.13	是
福州玛利园食品有限公司	9.17		是
天虹商场股份有限公司	2.74	2.72	是
深圳市鹏福供应链管理有限公司	23.27		是
合计	96.20	76.70	

上述回函差异原因均为双方记账方式差异造成。部分客户是每月 24 日结账或者是根据开票确认应付账款，回函确认了应付余额信息或者收货信息，与企业账面存在差异。公司系根据《企业会计准则》规定，采用权责发生制，以控制权转移等条件作为收入及应收账款确认标准，确认报告期各期的应计收入及应收账款。

回函不符客户经销模式以及收入确认方式如下所示：

客户	经销模式	收入确认依据	收入确认是否准确
广西南城百货有限责任公司	直销	对账确认收入	是
上海盒马网络科技有限公司	直销	对账确认收入	是
上海盒马网络科技有限公司南京第一分公司	直销	对账确认收入	是
上海盒马网络科技有限公司杭州第一分公司	直销	对账确认收入	是
浙江一鸣食品股份有限公司	直销	对账确认收入	是
福州玛利园食品有限公司	直销	签收确认收入	是
天虹商场股份有限公司	直销	对账确认收入	是
深圳市鹏福供应链管理有限公司	直销	签收确认收入	是

3、2017 年 12 月 31 日回函不符的具体情况及原因如下：

客户	账面余额（万元）	回函余额（万元）	收入确认是否准确

客户	账面余额（万元）	回函余额（万元）	收入确认是否准确
浙江一鸣食品股份有限公司	78.01	36.19	是
天虹商场股份有限公司	2.88	2.98	是
合计	80.89	39.17	

上述回函差异原因均为双方记账方式差异造成。部分客户是每月 24 日结账或者是根据开票确认应付账款，回函确认了应付余额信息或者收货信息，与企业账面存在差异。公司系根据《企业会计准则》规定，采用权责发生制，以控制权转移等条件作为收入及应收账款确认标准，确认报告期各期的应计收入及应收账款。

回函不符客户经销模式以及收入确认方式如下所示：

客户	经销模式	收入确认依据	收入确认是否准确
浙江一鸣食品股份有限公司	直销	对账确认收入	是
天虹商场股份有限公司	直销	对账确认收入	是

4、回函不符的具体处理

对于回函不符的情况，项目组检查相应订单、发货签收单、对账单、对方供应商系统、发票以及回款情况，以核查账面应收账款余额、收入以及相关费用的真实性、准确性和完整性。

综上，报告期内，申报会计师应收账款发函比例分别为 95.23%、98.63%、98.54%，回函比例为 72.25%、74.53%、82.25%，回函占应收账款余额比例为 68.80%、73.52%和 81.05% ；公司回函不符应收账款余额占应收账款期末余额的比例分别为 1.30%、1.49%、2.96% 。公司应收账款和营业收入发函和回函比例较高，回函不符应收账款金额占应收账款期末余额比例较低，回函不符差异系双方记账方式差异导致时间差所致。

申报会计师执行的核查程序及核查意见

针对上述问题，申报会计师执行的主要核查程序如下：

1、 取得并查阅公司报告期内的定期报告、审计报告、相关会计凭证、应收账款及坏账准备计提明细、相关会计账簿等文件资料，与相关业务人员进行访谈，对相关数据进行计算分析；

2、 查阅同行业上市公司相关信息披露文件，就应收账款信用政策、账龄结构、坏账准备计提情况等与公司情况进行对比分析；

3、 访谈公司业务人员，取得并查阅公司与应收账款管理相关的内部控制制度以及内部控制评价报告，评价并核查公司应收账款相关内控制度设计和执行有效性；

4、 分析公司信用政策是否合理、符合行业惯例；

5、 获取采用单项计提方式计提坏账准备的相关应收账款相关文件依据，复核单项计提比例确定的合理性，核查单项计提坏账准备的充分性；

6、 获取报告期各期公司主要客户的业务合同，并对合同条款、回款及逾期情况进行核实，核查公司整体信用政策的变化情况；

7、 获取相关会计记录、银行回单，核查报告期内公司应收账款的回款情况；

8、 复核公司应收账款坏账准备计提情况；取得涉诉应收账款诉讼进展情况，核查应收账款坏账准备是否已足额计提；

9、 取得公司“应收票据备查簿”，核对其是否与账面记录一致。检查相关收款凭证等资料，以确认其真实性；

10、网上查询票据承兑方的信用评级，以评价票据是否存在信用风险；

11、检查期后票据承兑情况；

12、选取样本对客户应收账款及收入进行函证，确认公司客户应收账款余额及收入的准确性、真实性。

经核查，申报会计师认为：

1、 公司对经销商和直销客户建立了内部评价机制，按照划分标准分别确定不同客户的信用政策，分为先款后货和先货后款两类；

2、 同行业可比公司制定的信用政策主要根据客户的规模、信誉、交易量等因素，分为先货后款和先款后货两类，与公司制定信用政策的依据和标准不存在差异；

3、 报告期各期末，公司逾期应收账款余额占期末应收账款比例较小；逾期应收账款主要系延迟开票导致；公司不存在利用放宽信用政策来维持业务的情况；

4、 报告期内，公司应收账款回收情况良好，虽然存在逾期应收账款，除极小部分已向客户提起诉讼外，其他应收款可于期后收回，公司逾期应收账款回收不存在重大风险；

5、 报告期业务规模扩大对应收账款质量未构成重大不利影响；公司期后回款比例合理，未出现重大异常；公司采取有力措施加强应收账款回收，应收账款相关内控制度健全有效；

6、 公司应收账款余额及期后的回款情况与公司信用政策基本一致；

7、 报告期内各季末间应收账款余额占收入比重合理，不存在显著差异；

8、 报告期内，公司核销应收账款情况，金额较小，履行了相关内部审批程序；

9、 公司根据自身的实际情况，运用迁徙率模型，并考虑当前经济状况，经前瞻性信息

调整后确认预期信用损失，计算结果小于原计提政策，公司出于谨慎性考虑从高选择，不改变原坏账计提比例，并且对回收风险较大的应收账款单独计提。公司应收账款坏账准备计提政策与同行业可比公司不存在显著差异，公司应收账款计提充分，合理；

10、报告期内公司与客户间使用票据结算极少，不存在应收账款与应收票据之间转换的行为，且收到票据为银行承兑汇票，承兑人信用评级较高，公司未对应收票据计提坏账准备合理；

11、应收账款函证回函存在少量数据存在差异，差异原因为双方记账方式差异造成，公司应收账款余额正确。

问题 17、发行人存货为原材料、库存商品、发出商品，另有少量委托加工物资，报告期内，发行人存货规模逐年递增。请发行人补充披露：（1）报告期内原材料、库存商品、发出商品的构成明细、数量、金额、库龄，存货核算、成本结转的会计处理方法，是否符合《企业会计准则》规定；（2）结合生产周期、供货周期、产销模式、产销比、期末在手订单情况，披露存货各项构成比例、存货结构变动是否合理，报告期内各项存货波动与同行业可比公司相比是否存在较大差异；（3）发出商品期后实现销售情况，库存商品是否均有合同（订单）支持；（4）存货减值测试的方法及过程，列示报告期各期末存货跌价准备金额，存货跌价准备计提是否充分；（5）存货盘点情况，包括盘点时间、地点、人员、范围、各类存货盘点方法、程序、盘点比例、账实相符的情况、盘点结果，是否存在盘点差异及产生原因、处理措施。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、 报告期内原材料、库存商品、发出商品的构成明细、数量、金额、库龄，存货核算、成本结转的会计处理方法，是否符合《企业会计准则》规定；

（一）报告期内原材料、库存商品、发出商品的构成明细、数量、金额、库龄

单位：万元

项目	类别	2019 年 12 月 31 日				2018 年 12 月 31 日				2017 年 12 月 31 日			
		半年内	半年-1 年	1 年以上	小计	半年内	半年-1 年	1 年以上	小计	半年内	半年-1 年	1 年以上	小计
原材料	油脂	523.14			523.14	318.61	2.12		320.73	548.24			548.24
	糖类	165.78	13.63		179.41	142.22	3.47		145.69	173.08			173.08
	水果	903.58	2.86		906.44	547.93	19.06	27.40	594.39	479.70	23.59	0.07	503.36
	面粉	99.11	0.58		99.69	114.59	0.63		115.22	83.97			83.97
	乳制品	188.84	11.70		200.54	37.84	113.90		151.74	278.51			278.51
	包装物	850.04	34.83	46.82	931.69	684.96	23.97	11.07	720.00	731.44	17.50	11.28	760.22
	其他材料	1,266.94	125.62	16.91	1,409.46	859.59	148.36	69.36	1,077.30	985.65	21.12	17.66	1,024.43
	小计	3,997.43	189.21	63.73	4,250.37	2,705.73	311.51	107.83	3,125.07	3,280.60	62.21	29.01	3,371.82
库存商品	酱料	232.72	3.75		236.47	163.31	8.04		171.35	58.88			58.88
	冷冻烘焙食品	1,842.73	1.18		1,843.91	2,230.40	7.41		2,237.81	2,125.20	1.05		2,126.25
	奶油	2,024.56	104.42		2,128.98	2,905.66	2.39		2,908.04	1,060.12			1,060.12
	水果制品	1,167.18	218.00	41.76	1,426.94	934.57	146.13	239.43	1,320.12	1,130.04	176.24	214.58	1,520.86
	其他产品	736.80	10.78		747.58	848.89	57.82	2.97	909.67	651.46	1.22	1.70	654.38

项目	类别	2019 年 12 月 31 日				2018 年 12 月 31 日				2017 年 12 月 31 日			
		半年内	半年-1 年	1 年以上	小计	半年内	半年-1 年	1 年以上	小计	半年内	半年-1 年	1 年以上	小计
	小计	6,004.00	338.13	41.76	6,383.88	7,082.82	221.79	242.39	7,546.99	5,025.70	178.52	216.27	5,420.49
发出商	酱料	151.11			151.11	102.40			102.40	158.75			158.75
品	冷冻烘焙	556.09			556.09	774.64			774.64	417.71			417.71
	食品												
	奶油	170.24			170.24	423.55			423.55	431.38			431.38
	水果制品	164.77			164.77	188.67			188.67	140.59			140.59
	其他产品	129.71			129.71	100.41			100.41	135.28			135.28
	其他材料	1.52			1.52	0.83			0.83	2.19			2.19
	小计	1,173.43			1,173.43	1,590.49			1,590.49	1,285.89			1,285.89
委托加	委托加工	1.17	9.06		10.23	9.86			9.86	29.77			29.77
工物资	物资												
	小计	1.17	9.06		10.23	9.86			9.86	29.77			29.77
存货合计		11,176.02	536.41	105.49	11,817.91	11,388.90	533.3	350.22	12,272.42	9,621.97	240.72	245.28	10,107.97

注：原材料中其他材料主要系蛋液、淀粉、改良剂、奶油配料、巧克力材料、稳定剂、馅料、香精、预拌粉、芝士粉等多个品种，类别较多，单类金额较小，故不再细分。

公司不同的存货保质期不尽相同，原材料保质期通常为 1 年，部分原材料的保质期在 1 年以上，如糖类、巧克力、冷冻水果等，包装物无保质期。库存商品中的烘焙原材料产品保质期通常为 1 年，冷冻烘焙食品保质期通常为 6-9 个月，巧克力及冷冻水果保质期在 1 年以上。

报告期内公司存货期末库龄较短，半年以内的存货分别占存货期末余额的 95.19%、92.80%、94.57% 。公司报告期内各期末不存在长期滞压的存货。

（二）存货核算、成本结转的会计处理方法，是否符合《企业会计准则》规定

存货核算、成本结转的会计处理方法，符合《企业会计准则》规定。详见本问询回复问题 12 五相关内容。

二、 结合生产周期、供货周期、产销模式、产销比、期末在手订单情况，披露存货各项构成比例、存货结构变动是否合理，报告期内各项存货波动与同行业可比公司相比是否存在较大差异；

（一）存货各项构成比例、存货结构变动情况

1、公司存货余额构成情况

报告期各期末，公司存货余额的构成及其比例如下：

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
原材料	4,250.37	35.97%	3,125.07	25.46%	3,371.82	33.36%
库存商品	6,383.88	54.02%	7,546.99	61.50%	5,420.49	53.63%
发出商品	1,173.43	9.93%	1,590.49	12.96%	1,285.89	12.72%
委托加工物资	10.23	0.09%	9.86	0.08%	29.77	0.29%
合计	11,817.91	100.00%	12,272.42	100.00%	10,107.97	100.00%

整体来看，公司存货以原材料和库存商品为主。公司产品生产周期较短，从投料到产成品入库一般不超过 24 小时，因此不存在单独核算的在产品。此外，公司将已发出而未确认收入的库存商品确认为发出商品。

公司产品属于快消品，其采购和销售也呈现出相应的特征：①供货周期短、原材料采购频繁：公司油脂、糖类、面粉、乳制品等主要原材料的采购周期较短，一般情况下，油脂 1-2 天采购一次，维持 1 天的安全库存；糖类 5 天采购一次，维持 5 天的安全库存；面粉 1-2 天采购一次，维持 1 天的安全库存；乳制品每天采购，维持 1-2 天的安全库存；包装材料、辅助材料因品类众多，单品种单次采购量不大，一般每个品种一个月采购一次。②以预测销售定产：公司的产销模式是以月度计划为基础的以销定产，与期末在手订单关系不大，即公司根据销售情况预测下月销售，下达月度计划，并按计划指导生产和采购，同时，公司根据实际销售情况每周对计划进行滚动调整，并根据发货情况维持少量安全库存。③销售周期短，在不缺货的情况下，客户下单 1-2 天内即可发货，且运输时间根据距离远近，一般为 1-7 天，从客户下单到送达客户一般不超过 1 个星期。

根据上述特点，报告期各期末，公司存货规模较小，与公司全年的销售规模及其增长相关性不大。其次，公司生产周期短，原材料采购频繁，因此公司原材料加库存商品可视为公司在存货方面的整体储备。报告期内，原材料加库存商品合计占比为 86.99%、86.96%、89.99%，合计规模为 8,792.31 吨、10,672.06 吨、10,634.25 吨，规模与占比均保持稳定。第三，由于主要原材料的采购周期小于产品的销售周期，导致公司报告期各期末原材料金额均小于库存商品金额。综上，公司存货的结构与公司销售速度快，采购周期短，生产周期短的产销特点相符合。

2、存货结构变动分析

（1）库存商品变动情况

公司在年底等重大节假日时，为迎接销量旺季及春节假期，一般会增加备货。鉴于春节前半个月，第三方物流、仓库等已进入假期，公司在年底的备货、发货高峰期一般在春节前一个月左右。2018 年春节时间为 2 月 16 日，2017 年 12 月末尚未迎来公司生产备货的高峰期；2019 年春节为 2 月 5 日，2018 年 12 月末为公司生产备货的高峰期，因此，2018 年，公司库存商品金额同比有所增长；2020 年春节时间为 1 月 25 日，公司在 2019 年 12 月中旬即已进入了发货高峰，到 2019 年 12 月底时，部分客户已完成春节采购备货，因此 2019 年，公司库存商品规模同比有所减少。因此，2018 年，库存商品占比高于 2017 年、2019 年。同时，年末备货量和全年销售量相比，规模较小，因此年末备货对产销率的影响不大，报告期各期，公司产销率为 96.65%、95.07%、101.42%。

尽管备货量因春节时间有所波动，但公司报告期各期末的库存商品规模为公司 15-20 天的销售量，与公司的产销模式、年末的备货政策是相匹配的。

（2）原材料变动情况

报告期内，公司原材料采购周期较短，因此，原材料库存与公司最后几日的生产、采购的节奏相关，其规模变动具有一定的随机性。

（3）发出商品变动情况

公司对大部分客户以签收确认收入，发货至签收的时间一般在 1-7 天；部分商超客户及规模较大连锁烘焙店以对账确认收入，发货至对账时间在一个月左右。因此，公司在报告期各期末存在发出商品。从报告期各期末的发出商品规模来看，其规模为公司 3-5 天的销售量，符合公司对客户供货的时间。

（二）存货结构与同行业可比公司的对比情况

公司存货结构情况与同行业可比公司对比情况如下：

2019 年

存货项目	桃李面包	元祖股份	麦趣尔	海融科技	南侨股份	立高食品
库存商品	5.15%	21.03%	21.03%	24.19%	-	54.02%
原材料	75.62%	21.73%	78.97%	48.04%	-	35.97%
在产品	0.54%	11.15%				
周转材料及包装物	18.69%	29.88%				
低值易耗品		16.21%				
委托加工物资						0.09%
发出商品				27.77%		9.93%
合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

2018 年

存货项目	桃李面包	元祖股份	麦趣尔	海融科技	南侨股份	立高食品
库存商品	4.05%	18.88%	11.85%	31.90%		61.50%
原材料	75.28%	20.72%	87.83%	50.42%		25.46%
在产品	0.44%	12.54%	0.02%			
周转材料及包装物	20.23%	33.02%				
低值易耗品		14.84%	0.30%			
委托加工物资						0.08%
发出商品				17.68%		12.96%
合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

2017 年

存货项目	桃李面包	元祖股份	麦趣尔	海融科技	南侨股份	立高食品
库存商品	4.27%	18.46%	14.88%	31.72%	40.35%	53.63%
原材料	75.70%	21.76%	84.07%	50.51%	54.42%	33.36%
在产品	1.15%	13.06%	0.65%		5.22%	
周转材料及包装物	18.88%	32.44%				
低值易耗品		14.28%	0.40%			
委托加工物资						0.29%
发出商品				17.77%		12.72%
合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

可比公司中，不同公司因其采购、生产、销售模式的不同，在存货类别的设置上存在差异。桃李面包和元祖股份生产成品，对包装物的要求较高，因此周转材料及包装物占比较高；桃李面包、元祖股份、麦趣尔及南侨股份虽然生产周期快，但仍有少量在产品，而公司和海融科技生产周期少于 24 小时，不存在单独核算的在产品；此外，公司和海融科技收入均单独设置了发出商品，其主要是发出但尚未确认收入的库存商品，而其他公司未单独披露发出商品规模，均归入库存商品统一核算。

可比公司中，桃李面包、元祖股份、麦趣尔的产品为成品，保质期较短，无法大规模存储，因此其存货中，库存商品占比较低。而海融科技、南侨股份和公司的产品多以原材料、半成品为主，保质期较长，因此库存商品的占比较高。

综合上述可比公司的存货结构，并结合公司与可比公司在采购模式、采购周期，销售周期，产品特点等方面的情况，公司与海融科技具有一定的可比性。

报告期内，公司与海融科技在存货波动方面的对比情况如下：

单位：万元

项目	公司	2019 年	2018 年	2017 年
库存商品+原材料	立高食品	10,634.25	10,672.06	8,792.31
	海融科技	3,680.81	3,575.01	3,046.61
发出商品	立高食品	1,173.43	1,590.49	1,285.89
	海融科技	1,414.91	767.81	658.35
委托加工物资	立高食品	10.23	9.86	29.77
	海融科技			

海融科技与公司产品类似，均为快消品，两者生产周期、销售周期均比较短，因此，两者原材料与库存商品的储备均满足一定时间的销售即可，与销售规模不存在较强的关联性。因此，报告期内，两家公司存货整体规模均较为平稳，未发生较大变化，而原材料、库存商品、发出商品存在一定的波动。

综上所述，报告期内各项存货波动与同行业可比公司相比不存在较大差异。

三、 发出商品期后实现销售情况，库存商品是否均有合同（订单）支持；

截止本问询回复问题出具日，发出商品期后已全部实现销售。

烘焙食品为快消品行业，公司为保证供货速度，未采用接到订单再安排生产的方式，而是根据月度计划安排生产，且根据发货情况维持少量安全库存，具有一定的前瞻性，因此，库存商品并非完全有订单支持。但公司库存商品销售情况较好，库龄较短，不存在滞销的情

况。

四、 存货减值测试的方法及过程，列示报告期各期末存货跌价准备金额，存货跌价准备计提是否充分；

资产负债表日，存货按成本与可变现净值孰低计量，存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备，计入当期损益。公司确定存货的可变现净值，以取得的确凿证据为基础，并且考虑持有存货的目的、资产负债表日后事项的影响等因素。

（一）存货减值测试的方法及过程

公司存货跌价准备按存货账面价值高于其可变现净值的差额计提，公司报告期各期末存货跌价准备测试情况如下：

1、库存商品可变现净值的确定方法及计算过程

库存商品存货可变现净值以分品种的单项产成品的估计售价作为计算基础，减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。

其中：

预计销售费用=预计销售收入*销售费用率

销售费用率＝（销售费用+当年实际返利－冲回上年计提返利+当年计提返利）/（营业收入+当年实际返利－冲回上年计提返利+当年计提返利）

预计税费=预计销售收入*税费率

税费率＝税金及附加/（营业收入－冲回上年计提返利+当年计提返利）

2、发出商品可变现净值的确定计算过程

发出商品存货可变现净值以单项发出商品对应的合同已约定价格作为计算基础，减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。

销售费用率＝（销售费用+当年实际返利－冲回上年计提返利+当年计提返利）/（营业收入+当年实际返利－冲回上年计提返利+当年计提返利）

税费率＝税金及附加/（营业收入－冲回上年计提返利+当年计提返利）

3、原材料可变现净值的确定方法及计算过程

对于为生产而持有的原材料，用其生产的产成品的可变现净值高于成本的，该材料仍然按照成本计量；材料价格的下降表明产成品的可变现净值低于成本的，该材料按照可变现净值计量。

公司原材料系为用于生产而持有，公司库存商品减值品种较小，仅个别产品存在减值情况，但公司持有的原材料可生产多种产品，无法准确区分期末持有的原材料对应的产品。故

在公司期末库存原材料单价与当期生产领用单价不存在重大差异，期末库存商品不存在减值的情况下，公司判断期末原材料不存在减值。如原材料期末结存单价与当期生产领用原材料单价存在重大差异，公司采用假设该原材料将用于本年度用量最大的产品生产，以该产品预计售价作为计算基础，减去预计的其他生产费用、销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。

另公司为食品行业，期末公司检查各类存货库龄，判断是否存在过期、变质等无法使用的情况导致存货的减值。

（二）报告期各期末存货跌价准备金额，存货跌价准备计提是否充分

报告期各期末，公司存货跌价准备计提情况如下：

项目	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
库存商品（万元）	135.60	68.46	52.46
发出商品（万元）	10.44	28.35	28.82
合计	146.04	96.81	81.28

由于公司产品毛利率整体较高且逐年上升，存货周转率高、库龄较短，不存在过期情况，因此存货整体不存在减值情况。公司为了满足客户对产品的多元化需求，针对同一客户会存在部分少量产品低价格销售的情况，但总体毛利率仍较高，出于谨慎性考虑，公司对于可变现净值低于存货账面价值的个别产品单项计提了减值准备。

报告期内各期末，公司存货减值计提方法符合《企业会计准则》的相关要求，减值计提充分、合理。

五、 存货盘点情况，包括盘点时间、地点、人员、范围、各类存货盘点方法、程序、盘点比例、账实相符的情况、盘点结果，是否存在盘点差异及产生原因、处理措施。

公司存货储存条件多为冷藏、冷冻，仓库分为自有仓及外租仓。根据公司的《存货管理制度》，公司通过日常抽盘、月度抽盘、年中大盘、年度全盘等不定期、定期对自有仓及外仓进行盘点。

日常抽盘由仓库管账员每天会对当天发生出入库的存货类别进行抽盘，抽盘比例占当日存货数量变动 30%-60%之间，盘点时核对原料仓的物料卡、台账，以防仓库发料员填写错误造成误差，并持续性整理仓库，将新批次与旧批次的货物分开存放，并告知仓库发料员优先发出旧批次货物，以保证公司存货的新鲜度。

月度及年度盘点前，财务部门制作《盘点计划表》，计划中对具体盘点时间、盘点范围、仓库停止收发料时间、存货收发及账务冻结时间、人员安排及分工（公司广东省内仓库由财

务人员参与盘点，广东省外仓库由当地销售人员及主管负责盘点）、相关部门配合做详细计划，并由财务部门牵头对盘点计划的执行过程和落实情况进行监督。财务部门于盘点结束后编制盘点小结，对于盘点出现的差异，及时查找差异原因，并按照盘点差异处理流程提交盘盈亏申请，财务人员及时对经审批的盘盈亏申请进行账务处理。

1、盘点时间、地点及人员：

会计期间	盘点时间	地点	盘点人员
2017年度	2017年12月31日	广州南沙厂区、佛山厂区、增城厂区、浙江厂区及外仓	姚威娜、何广进、利少珍、梁仪玲、梁志玲、赵志勇、杜玫、艾冬霞、蔡淑庄等95人，包括财务人员、仓管人员、驻点销售人员等
2018年度	2018年12月31日	广州南沙厂区、佛山厂区、增城厂区、浙江厂区及外仓	陈玉强、戴东云、何广进、何远凤、李健媚、利少珍、梁仪玲、赵志勇、张清吴、赵利伟等103人，包括财务人员、仓管人员、驻点销售人员等
2019年度	2019年12月31日	广州南沙厂区、佛山厂区、增城厂区、浙江厂区及外仓	何广进、黎淑欣、李健媚、梁仪玲、梁志玲、赵志勇、戴辉、姚威娜、马万里、闵妮妮等107人，包括财务人员、仓管人员、驻点销售人员等

2、盘点范围

盘点范围包括公司及其所有分子公司的原材料、库存商品。

3、盘点方法

主要采取检查实物、检查标识卡并与产品外包装核对、盘点数量与仓库账核对等方式对存货的真实性辨别。

4、盘点过程

（1）盘点前

仓库人员对所管辖区域物料的状态、地点、数量熟练掌握并整齐摆放，核对库存实物与记录，核对并处理完全部单据，校准计量工具。

财务人员获取盘点日仓库账，核对仓库账和财务账的一致性，确定截止日已收已发存货是否已全部入账，对于存在不一致情况的查明原因经审批后进行相应处理，保证账账相符。

财务部编制盘点计划，下发至各参与部门，相关部门协调好盘点当天的出入库，以保证盘点期间停止收发料，一切物品保持静止状态。

（2）盘点过程

盘点时由仓库人员带领并清点，对实物数量、状态、保质期进行确定，财务人员（外仓由当地销售人员及主管）进行监盘和记录。对于盘点过程中存在差异的，当场核对出入库记

录单据核实差异原因。盘点时重点关注：

①观察盘点现场，确定公司存货排放是否整齐有序，各存货是否标签标明品种、数量、生产日期等，纳入盘点范围的存货是否已经适当整理和排列，并附有盘点标识，防止遗漏或重复盘点。

②观察公司盘点人员是否遵守盘点计划，是否采取正确合理的方法进行盘点以确保盘点数量的准确性，盘点人员是否准确地记录存货的数量，对已盘点的存货是否进行适当检查，并将检查结果记录于公司的盘点记录。

③关注公司是否已经恰当区分所有过期、毁损、陈旧、过时、残次和冷背存货，关注是否存在某些可能表明存货已发生跌价的迹象。例如，存货被堆放在仓库角落或其他不易接近的地方，包装物已破旧不堪或者存货已过有效期或临期等等。

④特别关注盘点过程中存货的移动情况，防止遗漏或重复盘点；观察盘点当日是否停止生产，仓库是否停止收发货；如果仍有实物流动，观察当天出入库存货是否单独码放，公司在盘点期间是否已适当控制存货的移动。

（3）盘点后

盘点结束后，各组成员在盘点记录表上签字确认后交财务部。

5、盘点比例

项目	存货种类	期末余额（万元）	盘点金额（万元）	盘点比例
2019 年 12 月 31 日	原材料	4,250.37	4,250.37	100.00%
	库存商品	6,383.88	6,383.88	100.00%
	发出商品	1,173.43		
	委托加工物资	10.23		
	合计	11,817.91	10,634.25	89.98%
2018 年 12 月 31 日	原材料	3,125.07	3,125.07	100.00%
	库存商品	7,546.99	7,546.99	100.00%
	发出商品	1,590.49		
	委托加工物资	9.86		
	合计	12,272.42	10,672.06	86.96%
2017 年 12 月 31 日	原材料	3,371.82	3,371.82	100.00%
	库存商品	5,420.49	5,420.49	100.00%
	发出商品	1,285.89		
	委托加工物资	29.77		
	合计	10,107.97	8,792.31	86.98%

注：由于发出商品在途，公司无法执行盘点程序，委托加工物资期末余额较小，公司未执行盘点程序。对于发出商品在客户签收后，公司及时获取了签收单。

6、盘点结果

项目	存货种类	盘点金额（万元）	实盘金额（万元）	盘点差异（万元）
2019 年 12 月 31 日	原材料	4,250.37	4,257.59	7.22
	库存商品	6,383.88	6,383.59	-0.29
	合计	10,634.25	10,641.18	6.93
2018 年 12 月 31 日	原材料	3,125.07	3,130.18	5.11
	库存商品	7,546.99	7,542.68	-4.31
	合计	10,672.06	10,672.86	0.80
2017 年 12 月 31 日	原材料	3,371.82	3,373.53	1.71
	库存商品	5,420.49	5,420.77	0.28
	合计	8,792.31	8,794.30	1.99

报告期各期末，公司按照相关制度执行了存货盘点，各年差异分别为 1.99 万元、0.80 万元及 6.93 万元，差异较小。差异原因系：

（1）货物的盘点差异，企业已按照盘点差异处理流程提交盘盈亏申请，财务人员及时对经审批的盘盈亏申请进行账务处理；

（2）液体原材料受温度的影响会存在一定合理误差，因此不作盘点盈亏处理。

综上，报告期各期末，公司均已执行了存货盘点程序。

申报会计师执行的核查程序及核查意见

针对上述问题，申报会计师执行的主要核查程序如下：

1、 了解生产与仓储循环的流程及其内部控制关键控制点执行穿行测试，并针对相关内部控制执行有效性执行控制测试；

2、 对仓储部主要负责人进行访谈，了解公司存货储存、盘点的具体流程情况；

3、 获取公司存货库龄，结合存货保质期，分析是否存在过期产品；

4、 访谈公司相关生产负责人、技术负责人，了解公司主要产品的主要技术指标、查看公司生产工艺流程、了解主要工艺流程设计的主要原材料、查看主要设备运转情况、了解主要的工艺技术及生产周期；

5、 向公司了解产品的主要生产阶段涉及的主要成本核算对象及其成本费用项目的性质，各类成本、费用项目归集、分配和结转的具体方法，分析成本核算对象的设置、各类成本、费用项目归集、分配和结转的具体方法是否与生产流程相适应；

6、 通过询问、检查等程序了解公司原材料的采购流程、主要产品的生产流程，成本核

算流程等相关内部控制，评价内部控制是否有效且是否一直被执行；

7、 获取并核查了公司采购明细表，并对销售人员、采购人员、生产计划制定人员等相关公司人员进行了访谈，了解了公司的生产周期、供货周期、产销模式等情况；并结合上述情况，对公司存货结构及规模的变动情况进行了核查及分析；

8、 查阅了同行业可比公司关于存货结构、规模变动等相关公开披露信息，并结合产品特点、销售模式等于公司进行了对比；

9、 获取了公司发出商品销售明细表，核查了公司期后商品实现销售的时间及金额；

10、了解公司存货跌价准备测试方法，对主要存货进行减值测试工作，分析公司存货跌价准备计提是否充分；

11、收集公司期末存货库龄表，检查是否存在过期存货，判断是否存在减值情况；

12、复核公司减值测试过程；通过检查期后生产、销售情况确定存货是否存在减值情况；

13、获取公司报告期各期末原材料、库存商品的财务账、仓库账，盘点表核实账账、账实一致的情况；

14、选取 2019 年 12 月 31 日原材料、库存商品结存金额较大的仓库进行监盘（大部分仓库选取元月 1 日进行盘点，故期末情况与盘点日情况一致；长沙外仓于元月 2 日进行盘点，由于盘点日至报表日之间存货没有移动，故不存在倒推）和函证，核实账实相符的情况，并核对原始销售发货单，检查期后客户签收情况，以确认期末发出商品的真实性及是否存在收入跨期。

通过抽盘，原材料盘盈 7.59 万元，库存商品盘亏 0.22 万元，原材料差异主要是液体液态原材料受温度的影响会存在一定合理误差所致，库存商品差异较小，因此未作盘点盈亏处理；

15、对委托加工商进行访谈，了解委托加工收发具体流程情况，核对原始出库单、外协加工商结算单及签收单、期后存货入库单，核实期末委托加工物资的真实性；

16、检查发出商品期后签收情况，是否存在跨期结转成本或提前结转成本；

17、收集并检查公司报告期内各期末的盘点资料、保荐机构 2018 年盘点资料。

经核查，申报会计师认为：

1、 报告期内各期末公司存货库龄较短，不存在过期情况；

2、 公司存货核算、成本结转符合《企业会计准则》及其应用指南的相关规定，与企业生产流程相适应；

3、 报告期各期末，公司存货的结构的变动，以及库存商品、原材料及发出商品的规模与公司销售速度快，采购周期短，生产周期短的产销特点相符合，存货构成比例及存货结构

变动合理；报告期内各项存货波动与同行业可比公司相比不存在较大差异；

4、 截止本问询意见回复出具日，公司发出商品期后已全部实现销售；公司为保证供货速度，未采用接到订单再安排生产的方式，而是根据月度计划安排生产，且根据发货情况维持少量安全库存，具有一定的前瞻性，因此，库存商品并非完全有订单支持。但公司库存商品销售情况较好，库龄较短，不存在滞销的情况；

5、 报告期各期末，公司毛利较高，存货整体质量较高，不存在大量长期积压的存货，存货跌价准备计提充分；

6、 报告期各期末，公司按照相关制度执行了存货盘点，各年差异分别为 1.99 万元、0.80 万元及 6.93 万元，差异较小。差异原因一方面是货物的盘点差异，企业已按照盘点差异处理流程提交盘盈亏申请，财务人员及时对经审批的盘盈亏申请进行账务处理；另一方面是液体原材料受温度的影响会存在一定合理误差，因此不作盘点盈亏处理。

问题 18、报告期内，发行人固定资产、无形资产规模较大，2018 年增长速度较快。请发行人补充披露：（1）列示期末固定资产中各项资产的明细情况，未办妥产权证书情况，以及报告期内固定资产增长原因；（2）结合同行业可比公司同类资产的折旧方法披露公司折旧政策是否谨慎，公司固定资产的减值测试过程及结果；（3）在建工程的具体情况和目前进度，建设进度与建设支出是否相匹配，在建工程是否存在减值情况，是否存在提前或推迟结转固定资产的情形，详细披露报告期内在建工程波动较大，特别是 2019 年显著减少的原因；（4）结合在建工程续存、新增以及转固的勾稽变化等情况，披露在建工程成本归集是否准确、完整，在建工程计价是否公允、是否与市场价格相符；（5）报告期各项土地使用权的具体情况，各期摊销费用的计算过程及列报情况；（6）长期待摊费用的具体账龄、变动原因及摊销情况，摊销政策是否谨慎，长期待摊费用的归集是否包含与该项目无关的支出、是否存在费用支出资本化的情形，是否符合《企业会计准则》的规定。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、 列示期末固定资产中各项资产的明细情况，未办妥产权证书情况，以及报告期内固定资产增长原因；

（一）报告期各期末公司固定资产中各项资产的明细情况以及增长原因

报告期各期末公司固定资产原值明细情况如下表所示：

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
房屋及建筑物	8,249.44	6,669.09	3,083.68
机器设备	21,917.69	17,228.40	10,609.15
电子设备	1,346.25	669.02	363.81
运输设备	1,293.29	1,060.52	1,013.64
其他设备	1,447.81	1,383.19	788.96
合计	34,254.49	27,010.22	15,859.24

从上表可以看出，公司固定资产主要系房屋及建筑物和机器设备，报告各期末分别占固定资产原值期末余额的 86.34%、88.48%、88.07%，具体分析如下：

1、房屋及建筑物

公司房屋及建筑物主要系增城厂、佛山厂及浙江厂房屋及建筑物。具体情况如下：

单位：万元

房产名称	房产证号	2019 年末原值	2018 年末原值	2017 年末原值
增城厂区房产	粤（2018）广州市不动产权第 10212821 号、粤（2018）广州市不动产权第 10212823 号、粤（2018）广州市不动产权第 10212825 号、粤（2018）广州市不动产权第 10212828 号、粤（2018）广州市不动产权第 10214026 号、粤（2018）广州市不动产权第 10214027 号	489.43	489.43	489.43
增城厂区附属设施		84.67		
佛山厂综合楼	粤（2019）佛三不动产权第 0015781 号	301.73	301.73	301.73
佛山厂生产 1 车间	粤（2019）佛三不动产权第 0015782 号	812.92	677.04	677.04
佛山厂生产 2 车间	粤（2019）佛三不动产权第 0015785 号	1,433.89	1,433.89	1,200.28
佛山厂行政楼	粤（2019）佛三不动产权第 0015787 号	415.20	415.20	415.20
佛山厂区附属设施		387.85	173.01	
浙江厂 1 号车间	浙（2020）长兴县不动产权第 0006266 号	1,488.84	1,488.33	

房产名称	房产证号	2019 年末原值	2018 年末原值	2017 年末原值
浙江厂 3 号车间	浙（2020）长兴县不动产权第 0006266 号	1,048.19		
浙江厂 4 号车间	浙（2020）长兴县不动产权第 0006266 号	414.05	414.05	
浙江厂办公楼	浙（2020）长兴县不动产权第 0006266 号	594.36	569.69	
浙江厂区附属设施		778.31	706.72	
合计		8,249.44	6,669.09	3,083.68

报告期内，由于公司冷冻烘焙食品产能饱和，公司 2017 年开始投资建设浙江生产基地。2018 年，浙江房产增加主要系浙江厂区办公楼投入使用转固、新增蛋挞线和甜甜圈生产线、1 号及 4 号车间投入使用、厂房陆续转固所致；2019 年，浙江房产增加主要系浙江厂区新增酱料生产线、3 号车间投入使用、厂房转固所致。

2、机器设备：

公司机器设备主要是用于生产及研发使用的设备，报告期各期末生产用设备情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
冷冻烘焙食品生产设备	11,897.42	11,162.30	5,543.52
奶油生产设备	2,499.42	2,037.12	1,966.41
酱料生产设备	2,668.59	745.78	439.42
水果制品生产设备	1,559.40	1,544.88	1,513.89
其他产品生产设备	2,297.52	798.47	622.29
仓库机器设备	418.67	408.21	399.11
其他机器设备	576.67	531.65	124.50
合计	21,917.69	17,228.40	10,609.15

报告期各期末，公司机器设备价值分别为 10,609.15 万元、17,228.40 万元和 21,917.69 万元，逐年增长。2018 年公司机器设备净增加 6,619.25 万元，主要是为满足市场对冷冻烘焙食品快速增长的需求，公司长兴生产基地挞皮、甜甜圈生产线达到预定可使用状态转固所致；2019 年公司机器设备净增加 4,689.29 万元，主要是为增加酱料及巧克力产品产能，公司长兴生产基地新建沙拉酱、可丝达酱等酱料产线达到预定可使用状态转固及佛山生产基地

巧克力生产线达到预定可使用状态转固所致。

（二）未办妥产权证书情况

截止 2019 年末，公司固定资产中未办妥产权证书的情况如下表所示：

序号	固定资产所属单位	固定资产名称	建筑面积（平方米）	固定资产所处位置	未办妥产权证书的原因
1	立高食品	仓库	816.00	增城区石滩镇石顺大道 342 号	已取得建设工程规划许可，未办理建设工程施工许可
2		仓库	900.00		未办理建设工程规划许可
3	浙江奥昆	配电房	145.96	长兴县太湖街道莘桥路 158 号	购买取得，取得时无产权证书，补办权属证书中
4		传达室	31.59		
合计			1,893.55		

上述第 1-2 项尚未取得权属证明的两栋房屋建筑物坐落于公司增城厂区内，用途均为仓库，建筑面积分别为 816 平方米和 900 平方米，2005 年开工建设，因公司当时相关经办人员对报建手续有关政策的不了解，超期申请办理报建手续未获批准进而导致公司无法申请办理产权证书。上述未办理产权证书的房产主要用于仓储，不直接产生收入，且上述无证房产面积较小，占公司自有合法房产面积的 4.46%。

2019 年 3 月，广州市增城区石滩镇人民政府出具《证明》：“上述房屋建筑物未纳入政府拆除范围，在未来五年内政府无拆除计划，立高食品可按现状继续使用该等房屋建筑物。鉴于该等房屋建筑物所占土地已由立高食品依法取得土地使用权证，且未改变证载土地用途，该等房屋建筑物的建设及使用不存在对社会公共利益造成重大损害的情形，对于立高食品建设及使用该等房屋建筑物的行为，我单位不予行政处罚。”2020 年 3 月，广州市增城区城市管理和综合执法局出具《证明》，对公司上述建设使用行为的认定以及该两栋房屋建筑物的处置，充分认可广州市增城区石滩镇人民政府作出的处理意见。

上述第 3-4 项房屋建筑物位于公司浙江长兴生产基地内，公司于 2018 年 11 月通过公开拍卖方式获得了位于浙江长兴的土地使用权及其地上建筑物，取得的房屋建筑物中共 145.96 平方米的配电房及 31.59 平方米的传达室未办理产权证书，公司已启动补办权属证书手续。2020 年 1 月，长兴经济技术开发区管理委员会出具《证明》：“该等房屋建筑物不属于违法建筑，但因历史遗留原因自建成后一直未能办理产权证书。截至目前，该等房屋建筑物产权证书补办手续正在完善中，不存在必须依法拆除的情形，我单位未将该等房屋建筑物

纳入拆除范围，在未来亦无拆除计划，浙江奥昆可按现状继续使用该等房屋建筑物。就该等房屋建筑物未办理产权证书以及浙江奥昆继续使用事宜，浙江奥昆不存在违法违规的情形，不会因此受到行政处罚。”上述房屋建筑物面积较小，不涉及生产经营性厂房，对公司持续生产经营产生的不利影响较小。2020 年 7 月 15 日，浙江奥昆已经向长兴经济技术开发区管理委员会递交实测图、房屋安全质量鉴定报告等补办产权证书的申请文件，并于 2020 年 8 月 11 日获得受理。

针对公司上述部分房屋建筑物未取得权属证书的情况，公司控股股东、实际控制人彭裕辉、赵松涛、彭永成已出具承诺：立高食品及其下属公司所拥有的自有物业，若因产权瑕疵，而被主管部门对立高食品及其下属公司处以行政处罚，或者相关物业被有关政府部门责令拆除、改变用途或发生其他致使立高食品及其下属公司无法继续使用该物业之情形，由此对立高食品及其下属公司造成的全部损失由本人承担。

综上，公司报告期内新增固定资产总额为 25,094.14 万元，其中：2019 年度增加 7,529.08 万元，2018 年度增加 11,645.77 万元，2017 年度增加 5,919.29 万元，分别占报告期各期末固定资产原值比例 21.98%，43.12%，37.32%。各期新增资产主要系浙江厂区建设投入及佛山厂区生产线扩建所致。

二、 结合同行业可比公司同类资产的折旧方法披露公司折旧政策是否谨慎，公司固定资产的减值测试过程及结果；

（一）结合同行业可比公司同类资产的折旧方法披露公司折旧政策是否谨慎

类　　别	立高食品		海融科技		桃李面包		麦趣尔		元祖股份	
	使用年限（年）	年折旧率	使用年限（年）	年折旧率	使用年限（年）	年折旧率	使用年限（年）	年折旧率	使用年限（年）	年折旧率
房屋及建筑物	20	4.75%	20	4.75%	20	4.75%	30	3.17%	20-40	2.25%-4.5%
机器设备	5-10	19%-9.50%	3、5、10	31.67%,19%,9.5%	5-10	19%-9.50%	5-10	19%-9.50%	8-15	6%-12.5%
运输设备	5-10	19%-9.50%	4	23.75%	4-6	23.75%-15.83%	5	19%	10	9%-10%
电子设备	3-5	31.67%-19%	3、5	31.67%,19%	3-5	31.67%-19%	5	19%	2-8	11.25%-50%
其他设备	5-10	19%-9.50%	3、5	31.67%,19%	5-10	19%-9.50%	5	19%	5-8	11.25%-20%

从上表可以看出，报告期内，公司固定资产的折旧政策与折旧年限合理，与同行业可比上市公司之间不存在显著差异。

（二）公司固定资产的减值测试过程及结果

根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》要求，企业应当在资产负债表日判断资产是否存在可能减值的迹象。在资产负债表日判断固定资产是否存在可能发生减值的迹象，主要从外部信息来源和内部信息来源两方面加以判断：

1、从企业外部信息来源来看，如果出现了资产的市价在当期大幅度下跌，其跌幅明显高于因时间的推移或者正常使用而预计的下跌；企业经营所处的经济、技术或者法律等环境以及资产所处的市场在当期或者将在近期发生重大变化，从而对企业产生不利影响；市场利率或者其他市场投资报酬率在当期已经提高，从而影响企业计算资产预计未来现金流量现值的折现率，导致资产可收回金额大幅度降低等，均属于资产可能发生减值的迹象。

2、从企业内部信息来源来看，如果有证据表明资产已经陈旧过时或者其实体已经损坏；资产已经或者将被闲置、终止使用或者计划提前处置；企业内部报告的证据表明资产的经济绩效已经低于或者将低于预期，如资产所创造的净现金流量或者实现的营业利润远低于预计金额等，均属于资产可能发生减值的迹象。

报告期内各期末，公司及其子公司所在地经济稳定、法律健全，资产所处的市场在当期或者将在近期未发生重大变化，未对公司所处行业产生不利影响；市场利率和报酬率也无明显提高；公司生产的产品技术稳定，未见大幅度的变动，相应设备采购价格未见大幅度下降。从外部信息来看，未发现资产发生减值的迹象。

公司主营业务为烘焙食品原料及冷冻烘焙食品的销售，从公司经营业绩来看，公司资产未发生减值迹象。报告期内，公司主营业务突出，公司主营业务收入占营业收入的比重均超过 99.80%左右；公司主营业务收入增速明显，从 2017 年的 95,429.35 万元增长至 2019 年的 158,264.64 万元，复合增长率达到 28.78%；公司净利润稳步增长，公司现金流情况良好，2017-2019 年公司经营活动产生的现金流量净额均为正数且稳中有增。

综上，公司产品结构比较稳定，主要产品未发生重大变化，固定资产不存在因产品更新而陈旧过时的情况。报告期内，公司固定资产随着时间推移和正常使用而使用年限平均法正常计提折旧，折旧年限与同行业相比合理，不存在导致固定资产可收回金额低于其账面价值的情况。

三、 在建工程的具体情况和目前进度，建设进度与建设支出是否相匹配，在建工程是否存在减值情况，是否存在提前或推迟结转固定资产的情形，详细披露报告期内在建工程波动较大，特别是 2019 年显著减少的原因；

（一）在建工程的具体情况

2019 年度在建工程具体情况及其变动如下表所示：

单位：万元

项目	期初余额	增加额	转入固定资产	转入长期待摊费用	其他减少	期末余额
浙江厂区建设项目	1,070.35	3,577.91	3,530.70			1,117.56
佛山厂区改造项目	1,190.51	1,258.79	1,894.67			554.63
污水处理项目	175.85	123.65	299.51			
燃气改造项目	15.00	16.00	31.00			
装修费		53.57		53.57		
河南厂区建设项目		19.29				19.29
消防工程		22.48	22.48			
电力增容项目		20.51				20.51
待安装设备		460.54	267.03			193.51
合 计	2,451.72	5,552.74	6,045.39	53.57		1,905.51

2018 年度在建工程具体情况及其变动如下表所示：

单位：万元

项目	期初余额	增加额	转入固定资产	转入长期待摊费用	其他减少	期末余额
浙江厂区建设项目	4,610.20	4,166.65	7,702.85		3.65	1,070.35
佛山厂区改造项目		1,190.51				1,190.51
污水处理项目		354.05	173.01		5.19	175.85
燃气改造项目		15.00				15.00
装修费		10.00		10.00		
电力增容项目	181.27	160.66	276.41	60.30	5.23	
待安装设备		21.48	19.14		2.34	
合 计	4,791.47	5,918.36	8,171.40	70.30	16.41	2,451.72

2017 年度在建工程具体情况及其变动如下表所示：

单位：万元

项目	期初余额	增加额	转入固定资产	转入长期待摊费用	其他减少	期末余额
浙江厂区建设项目		4,881.84	271.64			4,610.20
佛山厂区改造项目	72.29	11.91	77.89		6.31	
污水处理项目		17.95	17.95			
锅炉项目		68.00	58.12		9.88	
果溶果浆生产线工程	122.76	7.01	129.77			
奶油车间工程		132.22	132.22			
电力增容项目		181.27				181.27
待安装设备	24.65	11.21	35.64		0.23	
合　　计	219.70	5,311.42	723.23		16.42	4,791.47

（二）在建工程的目前进度，建设进度与建设支出是否相匹配

公司在建工程主要为浙江厂区建设和佛山厂区改造项目以及其他小型污水处理、电力增容、燃气改造以及设备安装，截止期末，公司主要在建工程项目的目前进度、建设支出以及建设进度情况如下所示：

单位：万元

项目名称	子项目名称	预计投入金额	截止 2019 年 12 月 31 日投入金额	建设支出占比	项目进度	建设进度与建设支出是否匹配
浙江厂区建设项目	浙江工厂一期项目	14,472.36	14,311.34	98.89%	已投入使用并转固，尾款为质保金	是
	甜甜圈增线项目	872.77	863.98	98.99%	已投入使用并转固，尾款为质保金	是
	机械手改造项目	360.00	115.50	32.08%	在建	是
	昊道浙江项目	4,447.95	3,392.53	76.27%	主体产线设备已投入使用并转固	是

项目名称	子项目名称	预计投入金额	截止 2019 年 12 月 31 日投入金额	建设支出占比	项目进度	建设进度与建设支出是否匹配
	合计	20,153.08	18,683.35	92.71%		
佛山厂区改造项目	三水生产基地建设项目	38,243.00	247.33	0.65%	工程前期勘探设计阶段	是
	研发中心建设项目	5,214.69	15.00	0.29%	前期设计阶段	是
	巧克力项目	3,035.06	2,326.15	76.64%	主体工程已投入使用并转固，自动包装线尚处于在建阶段	是
	合计	46,492.75	2,588.48	5.57%		

公司严格按照工程预算实施施工、结算，工程建设进度与工程建设支出相匹配，在建工程的预算支出主要系设备购置及建安工程，公司在建工程在达到预定可使用状态时转入固定资产，与在建工程的实际情况一致。

（三）在建工程减值情况

报告期内各期末在建工程主要为在建房屋建筑物以及待安装机器设备。根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》要求，企业应当在资产负债表日判断资产是否存在可能减值的迹象。经盘点以及实地查看，在建工程项目状况良好，未出现陈旧过时或实体已损坏的情况，未出现停工、闲置、终止使用或者计划提前处置的情况，项目均为公司未来需投入生产的相关资产；报告期内各期末，公司以及各分子公司经营环境稳定，生产经营正常进行，经营业绩稳定且逐年上升。

综上，报告期内各期末公司在建工程项目进展正常，不存在减值情况。

（四）是否存在提前或推迟结转固定资产的情形

根据《企业会计准则第 4 号——固定资产》及《企业会计准则应用指南》相关规定，公司在建工程按实际发生的成本计量。实际成本包括建筑成本、安装成本以及其他为使在建工程达到预定可使用状态所发生的必要支出。

公司在建工程分项目进行核算，按实际发生的成本计量。实际成本包括建筑费用、其他

为使在建工程达到预定可使用状态所发生的必要支出，在建工程在达到预定可使用状态时，转入固定资产并自次月起开始计提折旧。

报告期内，公司不存在提前或推迟结转固定资产的情形。

（五）报告期内在建工程波动较大，特别是 2019 年显著减少的原因

报告期各期末，公司在建工程余额分别为 4,791.47 万元、2,451.72 万元、1,905.51 万元，逐年减少，波动较大。2018 年末，公司在建工程同比减少 2,339.76 万元，显著减少，主要是为提升公司冷冻烘焙产品的供应能力，2017 年公司对长兴生产基地进行厂房改造，并购置甜甜圈、挞皮等生产线。2018 年厂区改造完成，相关资产达到预定可使用状态而转入固定资产所致。2019 年末，公司在建工程同比减少 546.21 万元，主要是因为公司在 2018 年对佛山生产基地进行升级改造，巧克力产线和急冷库等在 2019 年建设完工，达到预定可使用状态而转入固定资产所致。

综上，公司将项目达到预定可使用状态前所发生的必要支出的成本进行归集，确认为在建工程，待项目达到预定可使用状态，转入固定资产并自次月起开始计提折旧。在建工程建设进度与建设支出相匹配，期末不存在减值情况，也不存在提前或推迟结转固定资产情形，报告期内在建工程变动合理，不存在异常情况。

四、 结合在建工程续存、新增以及转固的勾稽变化等情况，披露在建工程成本归集是否准确、完整，在建工程计价是否公允、是否与市场价格相符；

（一）在建工程续存、新增以及转固的勾稽变化等情况

报告期内各期固定资产增加情况如下：

单位：万元

资产类别	2019 年度			2018 年度			2017 年度			
	外购	在建工程转入	合计	外购	在建工程转入	合计	外购	在建工程转入	股东投入	合计
房屋及建筑物	119.06	1,461.29	1,580.35	1,060.94	2,524.48	3,585.41			2,521.55	2,521.55
机器设备	821.46	4,022.54	4,844.00	1,685.95	5,370.92	7,056.87	1,822.81	683.45		2,506.26
电子设备	194.79	483.85	678.64	325.24	36.90	362.14	206.83	1.49		208.32
运输设备	265.71		265.71	46.88		46.88	469.69			469.69
其他设备	82.68	77.70	160.38	355.35	239.11	594.46	175.19	38.28		213.48
合计	1,483.69	6,045.39	7,529.08	3,474.37	8,171.40	11,645.77	2,674.52	723.23	2,521.55	5,919.29
在建工程转固金额		6,045.39			8,171.40			723.23		

报告期内各期，在建工程转固与固定资产新增中在建工程转入部分勾稽一致，在建工程结存、新增以及转固钩稽变化无异常。

（二）在建工程成本归依是否准确、完整

公司按时点准确划分资产的状况。对于需安装设备经安装调试并经使用部门验收后转入固定资产。对于工程施工项目，其项目验收一般包括进度验收及完工验收，进度验收是指根据合同约定工期，为进行阶段性的支付而核实工程进度情况形成的验收工作；完工验收是指工程或设备达到预定可使用状态后，会同质检、设计、施工等部门对是否符合规划设计要求以及建筑施工和设备安装质量进行全面检验的工作。资产验收一般由资产采购申请人对固定资产的外观、型号等验收合格后填写《固定资产登记单》。

在建工程分项目进行核算。公司将项目达到预定可使用状态前所发生的必要支出的成本进行归集，确认为在建工程，待项目达到预定可使用状态，且相关成本能够可靠计量时，结转固定资产或长期待摊费用。对于与产线有关的在建工程，在正式投产当月转入固定资产。对于与产线无关的固定资产，经安装调试并经使用部门验收后转入固定资产。

财务部、行政部以及使用部门会对固定资产组织月度抽盘、半年度大盘和年度全盘，实地查看在建工程，检查固定资产、在建工程的存在性、实际使用状况以及期末项目进度等，识别是否存在延迟转固的情况，确保不存在人为调节在建工程转固的情形。

报告期内，公司严格遵守《企业会计准则第 4 号-固定资产》以及相关准则解释的相关规定，准确完整对在建项目以及待安装设备成本进行归集，在资产经验收并达到预定可使用状态后结转至相关资产，公司在建工程成本核算准确、完整。

（三）在建工程计价是否公允、是否与市场价格相符

公司主要从事烘焙食品原料及冷冻烘焙食品的研发、生产和销售。冷冻烘焙食品以及烘焙食品原料工艺环节较多，需要更高的规模化生产水平，公司对在建项目机器设备的选择具有较高的要求，更加注重产品质量和性能，适用单一来源采购，优先选择国内或国际知名设备供应商；零星土建或常用设备采购就近选择供应商，采用竞争性谈判或询价采购；金额较大的工程项目或设备采用招标采购方式。

公司制订了《固定资产管理办法》及《基本建设管理制度》明确了固定资产及在建工程的管理办法；对于固定资产/无形资产/项目/工程采购，公司采购流程为：首先，需求部门在 OA 发起“固定资产/无形资产/项目/工程采购”流程，并按项目要求明确技术要求、货期要求、采购预算等项目具体需求；其次，采购部根据项目需求进行需求调研，开发引进相关供应商，也可由相关部门推荐供应商，并与供应商明确相关具体要求；再次，采购部根据项目具体情况并结合市场行情确定采购方式，公司在建工程项目采购方式主要包括邀请招标采购、竞争性谈判、询比价采购、单一来源采购、延续采购、紧急采购等方式。对于招标采购、竞争性谈判、询比价采购，综合考虑价格、方案等各方面因素进行择优选择，确认供应商后进行议价，经双方协商定价确认一致后，双方签订采购合同。公司严格按照相关制度进行在建工程相关项目的采购，在建工程项目计价公允，与市场价格相符。

五、报告期各项土地使用权的具体情况，各期摊销费用的计算过程及列报情况；

（一）报告期各项土地使用权的具体情况

截止 2019 年末，公司所拥有的土地使用权的具体情况如下表所示：

土地使用权证号	土地地址	面积	所有权人	原值（万元）				累计摊销（万元）			
				期初余额	本期增加	本期减少	期末余额	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额
浙（2019）长兴县不动产权第 0001060 号	长兴县太湖街道莘桥路 158 号	35,207 ㎡	浙江奥昆食品有限公司	2,033.65			2,033.65	6.92	41.51		48.43
粤（2018）广州市不动产权第 10212825、粤（2018）广州市不动产权第 10212821、粤（2018）广州市不动产权第 10212823、粤（2018）广州市不动产权第 10212828、粤（2018）广州市不动产权第 10214027、粤（2018）广州市不动产权第 10214026	增城区石滩镇石顺大道 342 号	13,333.3 ㎡	立高食品股份有限公司	114.82			114.82	41.80	2.95		44.75
粤（2019）佛三不动产权第 0015781 号、粤（2019）佛三不动产权第 0015782 号、粤（2019）佛三不动产权第 0015787 号、粤（2019）佛三不动产权第 0015785 号	佛山市三水区芦苞镇福绵东路 5 号	51,692.5 ㎡	立高食品股份有限公司	2,827.56			2,827.56	130.14	70.98		201.12
合计				4,976.03			4,976.03	178.86	115.44		294.30

截止 2018 年末，公司所拥有的土地使用权的具体情况如下表所示：

土地使用权证号	土地地址	面积	所有权人	原值（万元）				累计摊销（万元）			
				期初余额	本期增加	本期减少	期末余额	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额
浙（2019）长兴县不动产权第 0001060 号	长兴县太湖街道莘桥路 158 号	35,207 ㎡	浙江奥昆食品有限公司		2,033.65		2,033.65		6.92		6.92
粤（2018）广州市不动产权第 10212825、粤（2018）广州市不动产权第 10212821、粤（2018）广州市不动产权第 10212823、粤（2018）广州市不动产权第 10212828、粤（2018）广州市不动产权第 10214027、粤（2018）广州市不动产权第 10214026	增城区石滩镇石顺大道 342 号	13,333.3 ㎡	立高食品股份有限公司	114.82			114.82	38.85	2.95		41.80
粤（2019）佛三不动产权第 0015781 号、粤（2019）佛三不动产权第 0015782 号、粤（2019）佛三不动产权第 0015787 号、粤（2019）佛三不动产权第 0015785 号	佛山市三水区芦苞镇福绵东路 5 号	51,692.5 ㎡	立高食品股份有限公司	2,827.56			2,827.56	59.15	70.98		130.14
合计				2,942.38	2,033.65		4,976.03	98.00	80.85		178.86

截止 2017 年末，公司所拥有的土地使用权的具体情况如下表所示：

土地使用权证号	土地地址	面积	所有权人	原值（万元）				累计摊销（万元）			
				期初余额	本期增加	本期减少	期末余额	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额
粤（2018）广州市不动产权第 10212825、粤（2018）广州市不动产权第 10212821、粤（2018）广州市不动产权第 10212823、粤（2018）广州市不动产权第 10212828、粤（2018）广州市不动产权第 10214027、粤（2018）广州市不动产权第 10214026	增城区石滩镇石顺大道 342 号	13,333.3 ㎡	立高食品股份有限公司	114.82			114.82	33.79	5.06		38.85
粤（2019）佛三不动产权第 0015781 号、粤（2019）佛三不动产权第 0015782 号、粤（2019）佛三不动产权第 0015787 号、粤（2019）佛三不动产权第 0015785 号	佛山市三水区芦苞镇福绵东路 5 号	51,692.5 ㎡	立高食品股份有限公司		2,827.56		2,827.56		59.15		59.15
合计				114.82	2,827.56		2,942.38	33.79	64.21		98.00

（二）报告期各期各项土地使用权摊销费用的计算过程及列报情况如下：

公司无形资产摊销按取得时间至不动产证上规定到期日作为使用寿命，并在使用寿命内平均摊销。

2019 年公司土地使用权摊销费用的计算过程如下表所示：

单位：万元

土地使用权证号	土地权证期限	资产摊销期限	使用寿命	原值	本期应摊销金额	本期列报摊销金额	本期差异	累计应摊销金额	累计实际摊销金额	累计差异金额
浙（2019）长兴县不动产权第 0001060 号	2018 年 11	2018 年 11	588.00	2,033.65	41.51	41.51		48.42	48.42	

土地使用权证号	土地权证期限	资产摊销期限	使用寿命	原值	本期应摊销金额	本期列报摊销金额	本期差异	累计应摊销金额	累计实际摊销金额	累计差异金额
	月至 2067 年 10 月	月至 2067 年 10 月								
粤（2019）佛三不动产权第 0015781 号、粤（2019）佛三不动产权第 0015782 号、粤（2019）佛三不动产权第 0015787 号、粤（2019）佛三不动产权第 0015785 号	2006 年 12 月至 2056 年 12 月	2017 年 3 月至 2056 年 12 月	478.00	2,827.56	70.98	70.98		201.12	201.12	
粤（2018）广州市不动产权第 10212825、粤（2018）广州市不动产权第 10212821、粤（2018）广州市不动产权第 10212823、粤（2018）广州市不动产权第 10212828、粤（2018）广州市不动产权第 10214027、粤（2018）广州市不动产权第 10214026	2003 年 11 月至 2042 年 9 月	2003 年 11 月至 2042 年 9 月	467.00	114.82	2.95	2.95		44.75	44.75	
合计				4,976.03	115.44	115.44		294.29	294.29	

2018 年公司土地使用权摊销费用的计算过程如下表所示：

单位：万元

土地使用权证号	土地权证期限	资产摊销期限	使用寿命	原值	本期应摊销金额	本期列报摊销金额	本期差异	累计应摊销金额	累计实际摊销金额	累计差异金额
浙（2019）长兴县不动产权第 0001060 号	2018 年 11 月至 2067 年 10 月	2018 年 11 月至 2067 年 10 月	588.00	2,033.65	6.92	6.92		6.92	6.92	

土地使用权证号	土地权证期限	资产摊销期限	使用寿命	原值	本期应摊销金额	本期列报摊销金额	本期差异	累计应摊销金额	累计实际摊销金额	累计差异金额
粤（2019）佛三不动产权第 0015781 号、粤（2019）佛三不动产权第 0015782 号、粤（2019）佛三不动产权第 0015787 号、粤（2019）佛三不动产权第 0015785 号	2006 年 12 月至 2056 年 12 月	2017 年 3 月至 2056 年 12 月	478.00	2,827.56	70.98	70.98		130.14	130.14	
粤（2018）广州市不动产权第 10212825、粤（2018）广州市不动产权第 10212821、粤（2018）广州市不动产权第 10212823、粤（2018）广州市不动产权第 10212828、粤（2018）广州市不动产权第 10214027、粤（2018）广州市不动产权第 10214026	2003 年 11 月至 2042 年 9 月	2003 年 11 月至 2042 年 9 月	467.00	114.82	2.95	2.95		41.80	41.80	
合计				4,976.03	80.85	80.85		178.86	178.86	

2017 年公司土地使用权摊销费用的计算过程如下表所示：

单位：万元

土地使用权证号	土地权证期限	资产摊销期限	使用寿命	原值	本期应摊销金额	本期列报摊销金额	本期差异	累计应摊销金额	累计实际摊销金额	累计差异金额
粤（2019）佛三不动产权第 0015781 号、粤（2019）佛三不动产权第 0015782 号、粤（2019）佛三不动产权第 0015787 号、粤（2019）佛三不动产权第 0015785 号	2006 年 12 月至 2056 年 12 月	2017 年 3 月至 2056 年 12 月	478.00	2,827.56	59.15	59.15		59.15	59.15	
粤（2018）广州市不动产权第 10212825、粤（2018）广州市不动产权第 10212821、粤（2018）广州市不动产权第 10212823、粤（2018）广州	2003 年 11 月至 2042 年 9 月	2003 年 11 月至 2042 年 9 月	467.00	114.82	2.95	5.06	-2.11	38.85	38.85	

土地使用权证号	土地权证期限	资产摊销期限	使用寿命	原值	本期应摊销金额	本期列报摊销金额	本期差异	累计应摊销金额	累计实际摊销金额	累计差异金额
市不动产权第 10212828、粤（2018）广州市不动产权第 10214027、粤（2018）广州市不动产权第 10214026										
合计				2942.38	62.1	64.21	-2.11	98.00	98.00	

从上表可以看出，报告期内累计摊销额应摊销金额与实际摊销金额无差异；各期无形资产摊销除 2017 年存在差异外，其他两期均无差异。2017 年差异 2.11 万元系以前年度累计形成摊销差异，由于金额较小在 2017 年当期进行了调整所致。

六、长期待摊费用的具体账龄、变动原因及摊销情况，摊销政策是否谨慎，长期待摊费用的归集是否包含与该项目无关的支出、是否存在费用支出资本化的情形，是否符合《企业会计准则》的规定。

（一）长期待摊费用的具体账龄、变动原因及摊销情况

报告期内长期待摊费用为已经发生但应由报告期和以后各期负担的分摊期限在一年以上的各项费用。主要系装修及固定资产改良支出、货架、服务费等。

2019 年度长期待摊费用具体账龄、变动原因及摊销具体情况如下表所示：

项目	项目名称	摊销期限（月）	原值（万元）				累计摊销（万元）				期末账龄（万元）			
			期初余额	本期增加	本期减少	期末余额	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额	期末账面价值	其中：1年以内	1-2 年	2-3 年
装修及固	立高研发中心装修费用	36	68.16			68.16	68.16			68.16				
定资产改	奥昆停车厂改造工程	36	24.00			24.00	19.33	4.67		24.00				

项目	项目名称	摊销期限（月）	原值（万元）				累计摊销（万元）				期末账龄（万元）			
			期初余额	本期增加	本期减少	期末余额	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额	期末账面价值	其中：1年以内	1-2 年	2-3 年
良支出	奥昆研发楼改造及装修工程	36	142.48			142.48	134.56	7.92		142.48				
	奥昆冷库改造工程	36	56.28			56.28	25.01	18.76		43.77	12.51			12.51
	奥昆车间改造工程	36	204.97			204.97	91.10	68.32		159.42	45.55			45.55
	昊道车间改造工程	36	39.55			39.55	14.28	13.18		27.46	12.08			12.08
	奥昆污水处理改造	36	31.10			31.10	13.82	10.37		24.19	6.91			6.91
	佛山厂区改造	36	168.71	114.36		283.07	81.69	51.10		132.79	150.28	108.31	39.02	2.95
	立高租赁房屋装修费用	54-42	289.22	39.56		328.78	32.11	69.19		101.30	227.48	37.23	190.26	
	奥昆电房改造项目	36	60.30			60.30	1.67	20.10		21.77	38.52		38.52	
	增城厂区改造	36		74.05		74.05		10.26		10.26	63.80	63.80		
	分公司外墙翻新	36		167.20		167.20		14.58		14.58	152.62	152.62		
	经营性租赁仓库改造	21、22		65.49		65.49		5.52		5.52	59.97	59.97		
	小计		1,084.77	460.66		1,545.43	481.73	293.97		775.70	769.72	421.93	267.80	80.00
排污费	排污费	48	11.61			11.61	3.39	2.90		6.29	5.32			5.32
服务费	服务费	24、36	15.89			15.89	7.60	2.93		10.52	5.37		5.37	

项目	项目名称	摊销期限（月）	原值（万元）				累计摊销（万元）				期末账龄（万元）			
			期初余额	本期增加	本期减少	期末余额	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额	期末账面价值	其中：1年以内	1-2 年	2-3 年
货架	货架	36	23.85	58.22		82.07	10.60	18.32		28.92	53.15	47.85		5.30
广告宣传费	Bakery China 微信公众号投放广告	24		14.15		14.15		5.90		5.90	8.25	8.25		
合计			1,136.11	533.03		1,669.14	503.32	324.01		827.33	841.81	478.02	273.17	90.62

2018 年度长期待摊费用具体账龄、变动原因及摊销具体情况如下表所示：

项目	项目名称	摊销期限（月）	原值（万元）				累计摊销（万元）				期末账龄（万元）			
			期初余额	本期增加	本期减少	期末余额	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额	期末账面价值	其中：1年以内	1-2 年	2-3 年
装修及固定资产改良支出	立高研发中心装修费用	36	68.16			68.16	45.44	22.72		68.16	0.00			
	奥昆停车厂改造工程	36	24.00			24.00	11.33	8.00		19.33	4.67			4.67
	奥昆研发楼改造及装修工程	36	142.48			142.48	87.07	47.49		134.56	7.92			7.92
	奥昆冷库改造工程	36	56.28			56.28	6.25	18.76		25.01	31.26		31.26	
	奥昆车间改造工程	36	204.97			204.97	22.77	68.32		91.10	113.87		113.87	
	昊道车间改造工程	36	39.55			39.55	1.10	13.18		14.28	25.27		25.27	
	奥昆污水处理改造	36	31.10			31.10	3.46	10.37		13.82	17.28		17.28	
	佛山厂区改造	36	103.98	64.73		168.71	41.48	40.21		81.69	87.03	58.69	20.43	7.90

项目	项目名称	摊销期限（月）	原值（万元）				累计摊销（万元）				期末账龄（万元）			
			期初余额	本期增加	本期减少	期末余额	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额	期末账面价值	其中：1年以内	1-2 年	2-3 年
	立高租赁房屋装修费用	54		289.22		289.22		32.11		32.11	257.12	257.12		
	奥昆电房改造项目	36		60.30		60.30		1.67		1.67	58.62	58.62		
	小计		670.52	414.25		1084.77	218.90	262.83		481.73	603.04	374.43	208.11	20.49
排污费	排污费	48	11.61			11.61	0.48	2.90		3.39	8.22		8.22	
服务费	服务费	24	7.11	8.78		15.89	7.11	0.49		7.60	8.29	8.29		
货架	货架	36	23.85			23.85	2.65	7.95		10.60	13.25		13.25	
合计			713.07	423.03		1,136.11	229.15	274.17		503.32	632.79	382.72	229.58	20.49

2017 年度长期待摊费用具体账龄、变动原因及摊销具体情况如下表所示：

项目	项目名称	摊销期限（月）	原值（万元）				累计摊销（万元）				期末账龄（万元）			
			期初余额	本期增加	本期减少	期末余额	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额	期末账面价值	其中：1年以内	1-2 年	2-3 年
装修及固定资产改良支出	立高研发中心装修费用	36	68.16			68.16	22.72	22.72		45.44	22.72		22.72	
	奥昆停车厂改造工程	36	24.00			24.00	3.33	8.00		11.33	12.67		12.67	
	奥昆研发楼改造及装修工程	36	142.48			142.48	39.58	47.49		87.07	55.41		55.41	
	奥昆冷库改造工程	36		56.28		56.28		6.25		6.25	50.02	50.02		

项目	项目名称	摊销期限（月）	原值（万元）				累计摊销（万元）				期末账龄（万元）			
			期初余额	本期增加	本期减少	期末余额	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额	期末账面价值	其中：1年以内	1-2 年	2-3年
	奥昆车间改造工程	36		204.97		204.97		22.77		22.77	182.19	182.19		
	昊道车间改造工程	36		39.55		39.55		1.10		1.10	38.45	38.45		
	奥昆污水处理改造	36		31.10		31.10		3.46		3.46	27.65	27.65		
	佛山厂区改造	36	76.10	27.88		103.98	11.18	30.30		41.48	62.50	38.65	23.85	
	小计		310.74	359.78		670.52	76.81	142.09		218.90	451.61	336.96	114.65	
货架	货架	36		23.85		23.85		2.65		2.65	21.20	21.20		
排污费	排污费	48		11.61		11.61		0.48		0.48	11.13	11.13		
服务费	服务费	24	7.11			7.11	3.55	3.55		7.11				
合计			317.85	395.23		713.07	80.37	148.78		229.15	483.93	369.28	114.65	

（二）长期待摊费用摊销政策是否谨慎，是否符合《企业会计准则的规定》

《企业会计准则第 4 号——固定资产》应用指南第五条规定：企业以经营租赁方式租入的固定资产发生的改良支出，应予以资本化，作为长期待摊费用，合理进行摊销。

《会计科目和主要账务处理》规定：长期待摊费用核算企业已经发生但应由本期和以后各期负担的分摊期限在 1 年以上的各项费用。

公司严格遵守会计准则的相关规定，公司报告期内长期待摊费用主要核算经营租入固定资产（立高、广州奥昆及广州昊道使用房产）的改良支出及已经发生但应由报告期和以后各期负担的分摊期限在一年以上的各项费用。期末长期待摊费用账龄均小于 3 年。公司报告期内长期待摊费用在预计受益期间按直线法摊销。各项目预计受益期确认方法如下：

项目	预计受益期间确认方法
装修及固定资产改良支出	1、自有资产装修及改良出于谨慎性考虑按 3 年摊销；2、公司房屋租赁期限最长 5 年，经营租赁资产租期大于 3 年的装修及改良按剩余租赁期摊销，如租期小于 3 年则考虑续租的可能性按剩余租赁期或按 3 年摊销。
货架	根据货架的使用年限且谨慎性考虑按 3 年摊销。
广告宣传费、排污费、服务费	按合同或发票上约定的期限摊销。

可比同行业公司长期待摊费用会计政策与公司会计政策对比如下所示：

公司	长期待摊费用摊销政策
海融科技	按预计受益期间分期平均摊销，并以实际支出减去累计摊销后的净额列示
南侨股份	在受益期内平均摊销，经营租入固定资产改良支出摊销期限为3-10年
桃李面包	在受益期内平均摊销
麦趣尔	按实际发生额入账，采用直线法在受益期限或规定的摊销期限内摊销
元祖股份	经营租入固定资产改良支出，按照5年平均摊销
立高食品	在预计受益期间按直线法摊销

资料整理：上述同行业公司中，海融科技主营业务为烘焙食品原料生产，资料来源于其招股说明书；桃李面包、麦趣尔和元祖股份主营业务为烘焙食品生产，为上市公司，资料来源于其定期报告。

从上表可以看出，公司长期待摊费用会计政策与可比同行业一致，摊销期限合理，与可比同行业上市公司不存在明显差异。

综上，公司长期待摊费用在受益期内平均摊销，符合会计准则的相关规定；公司长期待摊费用摊销政策与可比同行业一致，摊销期限合理，公司长期待摊费用摊销政策较为谨慎。

（三）长期待摊费用的归集是否包含与该项目无关的支出、是否存在费用支出资本化的情形

报告期各期末，公司长期待摊费用按性质分类如下所示：

单位：万元

项目	2019年12月31日	占比	2018年12月31日	占比	2017年12月31日	占比
装修及固定资产改良支出	761.18	90.42%	603.03	95.30%	451.6	93.32%
货架	53.15	6.31%	13.25	2.09%	21.2	4.38%
广告宣传费	8.25	0.98%				
排污费	5.32	0.63%	8.22	1.30%	11.13	2.30%
服务费	13.9	1.65%	8.29	1.31%		
合计	841.81	100.00%	632.79	100%	483.93	100%

如上表所示，报告期内公司长期待摊费用主要为装修及固定资产改良支出和货架，两者合计占比分别为 97.70%、97.39%、96.74%。

公司长期待摊费用中装修和固定资产改良支出一般建立项目台账按照项目进行归集，待装修装饰工程验收通过后结转至长期待摊费用中核算；部分工程通过在建工程核算，未形成资产的装修改造物料支出结转至长期待摊费用核算；货架以及其他受益期在一年以上的费用，在收到货物或对方提供服务时计入长期待摊费用，并在受益期内摊销。公司严格按照准则的相关规定归集项目相关支出，并在受益期内摊销，不存在费用资本化的情形。

为进一步测算长期待摊费用受益期摊销对公司的影响，项目组假设公司长期待摊费用相关项目支出在支出发生时全部费用化，进而测算对公司当期净利润的影响。经测算，报告期内，长期待摊费用在支出当期全部费用化对损益的影响（税前）占当期合并报表利润总额的比例分别为-4.70%、-2.14%、-0.93% ，占比较小，且逐年降低。测算的详细情况如下所示：

单位：万元

项目	期初	2017年度			2018年度			2019年度		
	2016/12/31	增加	摊销	2017/12/31	增加	摊销	2018/12/31	增加	摊销	2019/12/31
装修及固定资产改良支出	233.92	359.77	142.09	451.60	414.25	262.83	603.03	449.75	291.59	761.18
货架		23.85	2.65	21.20		7.95	13.25	58.22	18.32	53.15
广告宣传费								14.15	5.90	8.25
排污费		11.61	0.48	11.13		2.90	8.22		2.90	5.32
服务费	3.55		3.55		8.78	0.49	8.29	10.91	5.30	13.90
合计	237.48	395.23	148.78	483.93	423.03	274.17	632.79	533.03	324.01	841.81
对损益的影响				-246.45			-148.86			-209.02
当期利润总额				5,238.60			6,963.88			22,560.96
影响占比				-4.70%			-2.14%			-0.93%

综上，长期待摊费用相关支出总体金额较小，公司严格按照会计准则的相关规定，根据经济业务的实质内容，将固定资产装修改造等改良支出以及受益期在一年以上的相关费用在长期待摊费用下按项目进行归集，并在受益期内摊销，长期待摊费用不包含与该项目无关的支出，也不存在费用支出资本化的情形。

申报会计师执行的核查程序及核查意见

针对上述问题，申报会计师执行的主要核查程序如下：

1、 查阅公司报告期内固定资产明细表和固定资产卡片账，了解公司固定资产基本情况，取得公司主要固定资产的权属证明文件（房屋建筑物、运输设备）；

2、 访谈公司生产负责人和相关人员，了解公司生产过程和工艺流程以及主要机器设备在生产过程中的用途，进而分析公司当前固定资产情况与公司生产经营的匹配关系；

3、 查询同行业可比公司固定资产折旧政策，检查公司政策是否与同行业可比公司存在重大差异；

4、 结合固定资产的监盘，分析公司固定资产使用状况，是否存在陈旧过时、闲置或实体已损坏的情况，是否存在终止使用或者计划提前处置的情况，以判断公司固定资产期末是否存在减值迹象；

5、 查询同行业可比公司固定资产折旧政策，检查公司政策是否与同行业可比公司存在重大差异；

6、 结合固定资产的监盘，分析公司固定资产使用状况，是否存在陈旧过时、闲置或实体已损坏的情况，是否存在终止使用或者计划提前处置的情况，以判断公司固定资产期末是否存在减值迹象；

7、 复核在建工程续存、增加以及转固的情况，检查在建工程转固的金额与由在建工程转入固定资产金额的勾稽合理性；

8、 对公司设备采购人员和财务人员进行访谈，了解报告期固定资产及在建工程循环的内部控制，对公司固定资产及在建工程流程的有关内部控制执行测试；

9、 查阅可比同行业招股说明书和年报，对比公司资产周转率与同行业的差异

10、查阅公司采购人员向供应商询价的相关资料，了解公司主要工程项目定价的方式以及定价的公允性；

11、对主要机器设备和工程项目供应商实施函证程序，函证合同价格以及付款进度的真实性和准确性；

12、抽查部分供应商进行访谈，了解工程情况、供应商具备相关能力、是否与公司存在关联关系；

13、检查主要供应商工商资料，了解其与公司是否存在关联关系；

14、检查土地使用权获取的相关合同、发票，检查与入账情况是否一致；

15、检查不动产产权证，测算无形资产摊销是否正确；

16、获取或编制长期待摊费用明细表，复核加计是否正确，并与总账数和明细账合计数核对是否相符；

17、询问公司财务人员以及相关业务人员，了解公司长期待摊费用各项目的具体情况以及摊销期限，了解公司长期待摊费用归集与核算的相关内部控制制度；

18、查阅可比同行业长期待摊费用摊销政策，并与本公司摊销政策进行对比，确认本公司摊销政策是否谨慎；

19、分析长期待摊费用直接计入成本费用对当期损益的影响。

经核查，申报会计师认为：

1、 报告期内，公司固定资产增长的原因主要是由于浙江厂区厂房转固，以及新增产线导致；未办妥产权证书的房屋建筑物分别坐落于浙江厂区和增城厂区，相关房屋建筑物主要为仓储、配电房以及传达室等配套设施，不直接产生收入，且面积较小，对公司持续生产经营的不利影响较小。相关政府主管部门已经出具证明无拆除计划或纳入拆除范围，可继续使用。另外，控股股东亦出具了承担相关损失的承诺；

2、 报告期内，公司固定资产的折旧政策与折旧年限合理，与同行业可比上市公司之间不存在显著差异；

3、 公司报告期经营情况较好，固定资产资产投资回报率较高，盘点过程未发现暂时闲置或已损坏的固定资产。报告期各期末，固定资产不存在减值迹象；

4、 公司将项目达到预定可使用状态前所发生的必要支出的成本进行归集，确认为在建工程，待项目达到预定可使用状态，转入固定资产并自次月起开始计提折旧；在建工程建设进度与建设支出相匹配，期末不存在减值情况，也不存在提前或推迟结转固定资产情形；报告期内在建工程变动合理，不存在异常情况。

5、 在建工程转固与固定资产新增中的在建工程转入部分勾稽一致，在建工程结存、新增以及转固勾稽变化无异常；

6、 报告期内，公司严格遵守《企业会计准则第 4 号-固定资产》以及相关准则解释的相关规定，准确完整对在建项目以及待安装设备成本进行归集，在资产经验收并达到预定可使用状态后结转至相关资产，公司在建工程成本核算准确、完整；

7、 公司严格按照公司相关制度进行在建工程相关项目的采购，在建工程项目计价公允，与市场价格相符；

8、 公司报告期内土地使用权入账及摊销金额无异常；

9、 公司报告期内长期待摊费用变动合理，摊销政策谨慎，不存在与该项目无关的支出，也不存在费用支出资本化的情况，符合《企业会计准则》的相关规定。

问题 19、招股说明书披露，新冠肺炎疫情导致公司及客户生产经营被迫阶段性停滞。请发行人补充披露：（1）截至目前开工复工程度，日常订单或重大合同的履行是否存在障

碍，2020 年上半年产能、产量、销量等指标情况及是否发生重大变化，相应期间营业收入和扣费前后净利润等主要财务数据情况、与上年同期相比是否发生重大变化，发行人管理层对市场和经营情况的评估及依据；（2）截至目前主要客户、供应商停复工情况，因疫情影响客户取消或推迟订单、供应商延迟交货的具体情况；（3）2020 年新增订单与上年同期的比较情况，新冠疫情是否会对全年经营业绩及发行人持续经营能力产生重大不利影响，发行人采取的具体应对措施。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、 截至目前开工复工程度，日常订单或重大合同的履行是否存在障碍，2020 年上半年产能、产量、销量等指标情况及是否发生重大变化，相应期间营业收入和扣费前后净利润等主要财务数据情况、与上年同期相比是否发生重大变化，发行人管理层对市场和经营情况的评估及依据；

（一）截至目前开工复工程度

自新冠肺炎疫情爆发以来，公司所处行业的上下游企业都受到了不同程度的影响，基于防疫的要求，企业在春节假期后的开工率有所下降，生产被迫阶段性停滞。自 2 月中下旬国内疫情趋于缓解，公司积极开展复产复工，本询问意见回复出具日，公司开工复工率已经达到了 100%。

（二）日常订单或重大合同的履行是否存在障碍

公司与客户每年年初签署框架协议，约定销售范围、结算方式、验收标准以及供货方式等内容。具体采购的品类、价格和数量则通过订单约定。公司生产模式为根据下个月的预计销售计划在满足安全库存的基础上组织生产。因此，公司的库存商品基本能满足下个月的订单需求，且公司产品生产周期较短，不存在日常订单履行的障碍。

（三）2020 年上半年产能、产量、销量等指标情况及是否发生重大变化

公司 2020 年上半年的产能、产量、销售等指标较同期变动情况如下表所示：

单位：吨

项目		2020 年上半年	2019 年上半年	变动幅度
产能	冷冻烘焙食品	22,500.00	21,400.00	5.14%
	奶油	16,500.00	16,500.00	-
	水果制品	6,600.00	6,600.00	-
	酱料	14,200.00	5,000.00	184.00%

项目		2020 年上半年	2019 年上半年	变动幅度
产量	合计	59,800.00	49,500.00	20.81%
	冷冻烘焙食品	17,639.29	15,163.61	16.33%
	奶油	8,971.56	11,023.89	-18.62%
	水果制品	3,972.44	5,137.46	-22.68%
	酱料	4,488.59	3,785.40	18.58%
销量	合计	35,071.88	35,110.36	-0.11%
	冷冻烘焙食品	17,438.56	15,390.68	13.31%
	奶油	9,629.55	12,547.16	-23.25%
	水果制品	3,985.33	5,002.85	-20.34%
	酱料	4,644.86	3,890.79	19.38%
	合计	35,698.30	36,831.48	-3.08%

注 1：上述数据未经审计

注 2：销量数据中已剔除外购成品的销量

公司 2020 年上半年主要产品的产能较同期增加 20.81%，主要是酱料方面，公司浙江厂区的新增沙拉酱和可丝达酱产线在 2020 年 1 月大批量投产，较去年上半年新增酱料产能 9,200 吨。冷冻烘焙食品方面，2019 年 12 月公司新增酥饼产线投产。2019 年下半年公司丹麦类新品麻薯进入沃尔玛等商超客户渠道，销量增长较快。为满足客户需求，公司 2020 年上半年新增丹麦类产线。因此，2020 年上半年公司冷冻烘焙食品较去年同期新增产能 1,100 吨。

公司 2020 年上半年主要产品的产量和销量总体保持相对稳定，结构有所调整。受疫情影响，奶油和水果制品下游客户需求有所减少，因此产品产量和销售有所下滑。但同时冷冻烘焙食品和酱料业务通过推广新品、加强与疫情影响较小的商超客户合作等措施，实现了产量和销售的增长。

综上，公司 2020 年上半年新增了酱料和冷冻烘焙食品的产能，相关产品受疫情影响较小，相应的产量和销量均也有所增长。从整体上看，公司 2020 年上半年产能、产量和销量等指标未发生重大变化。

（四）相应期间营业收入和扣费前后净利润等主要财务数据情况、与上年同期相比是否发生重大变化

公司 2020 年上半年主要财务数据较同期变动情况如下表所示：

单位：亿元

项目	2020 年上半年	2019 年上半年	变动幅度
营业收入	6.70	6.88	-2.64%
扣非前归属于母公司净利润	0.76	0.77	-1.63%
扣非后归属于母公司净利润	0.72	0.74	-2.01%

注：上述数据未经审计

如上表所示，受疫情影响，公司 2020 上半年的营业收入、扣非前归属于母公司净利润和扣非后归属于母公司净利润较同期略有下滑，分别下滑了 2.64%、1.63%、2.01%，下降幅度较小，主要财务数据未发生重大变化。

（五）发行人管理层对市场和经营情况的评估及依据

公司业务所属的烘焙行业为食品业，属于民生需求，刚性消费属性较强。尽管受疫情影响，公司及上下游企业复工时间均有所延后，对公司正常的生产和销售造成了一定的影响。但随着国内疫情的缓和，公司及主要客户和供应商均已复工，终端消费需求也得到了快速的恢复。公司商超客户受疫情影响较小，疫情期间采购需求持续增长，另外，公司积极推广麻薯、精装挞皮等新品，获得了客户的认可，销量增长较快。因此，公司 2020 年上半年收入和净利润下滑幅度较小，外部经营环境未发生重大变化。同行业上市公司桃李面包和元祖股份 2020 年一季报数据亦显示其营业收入已超过了去年同期水平。

综上，公司管理层根据客户及供应商的复工情况、公司上半年的收入和利润情况、新品的销售数据以及同行业公司一季度的经营业绩，认为疫情对烘焙行业的整体影响较小，公司外部经营环境未发生重大变化。

二、 截至目前主要客户、供应商停复工情况，因疫情影响客户取消或推迟订单、供应商延迟交货的具体情况；

（一）截至目前主要客户、供应商停复工情况

截止本回复出具日，公司的主要客户和供应商均已复工复产。

（二）因疫情影响客户取消或推迟订单、供应商延迟交货的具体情况

公司的挞液产品的供应商为鑫兰食品武汉有限公司，其地处本次疫情中心湖北武汉，受疫情影响较大，停工时间较长，因此，存在延迟交货的情形。由于公司挞液的技术储备已经成熟，且在疫情前已经具备量产的生产能力，因此，为应对鑫兰食品停工的影响，公司从 2020 年 3 月起暂停了向鑫兰食品的挞液采购，转而利用公司现有奶油生产线开始加速生产挞液，并已基本满足公司现有销售需求。除上述情形外，公司不存在其他因疫情影响客户取消或推迟订单、供应商延迟交货的情况。

三、 2020 年新增订单与上年同期的比较情况，新冠疫情是否会对全年经营业绩及发行人持续经营能力产生重大不利影响，发行人采取的具体应对措施。

（一）2020 年上半年新增订单的情况

烘焙食品为快速消费品，生产和销售周期均不长，且食品存在有效期，因此，客户通常的库存规模不大，而采取高频率的下单模式，满足销售需求。在疫情期间，受销售需求减弱的影响，公司订单量有一定程度的下降。但自疫情缓解以来，消费者的消费意向和消费能力得到了显著的恢复，订单量快速回升，2020 年上半年的订单金额（含税）为 7.56 亿元，较去年同 7.81 亿元略有下降 3.13%。

（二）新冠疫情对全年经营业绩及发行人持续经营能力的影响，以及发行人采取的具体应对措施

除 2019 年公司存在极少量的境外销售外，公司的收入均来自于国内消费市场。国内疫情自 2 月中旬以来逐步缓解，公司客户和供应商逐步复工复产，消费者的消费能力和消费意向得到了有效的恢复。截止本问询回复出具日，公司的主要客户和供应商均已复工，原材料的采购、生产的组织和产品销售均已恢复正常经营状态。2020 年上半年公司的收入和净利润规模较去年同期下滑幅度较小，预计全年营业收入、净利润（扣非前归属于母公司净利润）将分别达到 17.00 亿元和 2.03 亿元，较去年同期分别增长 7.35%和 12.14%。因此，新冠疫情不会对公司全年的经营业绩及持续经营能力产生重大不利影响。

同时为有效降低疫情的影响，公司在疫情期间也采取了各项有效的措施加以应对，包括：

1、密切与多家合格供应商的沟通，了解供应商复工情况和协调原材料供应安排，保障原材料疫情期间不断供。对于处在疫区中心的鑫兰食品武汉有限公司，其供应的挞液产品因疫情供应能力大幅下降，公司加大了挞液自主生产的规模予以补充替代；

2、加强防疫物资的采购，制定和执行严格的防疫措施，充分保障员工的健康；

3、对人员用工进行合理安排，根据不同厂区、产线的复工情况，组织员工的复工，对于未复工人员，提供生活保障费用，保障员工的稳定；

4、商超作为居民生活物资稳定供应的重要途经，其受疫情影响相对较小，因此，公司加大了与沃尔玛、盒马鲜生等商超客户的合作力度，扩大了新品类如麻薯等产品在商超客户的推广力度；

5、利用网络平台开展立高烘焙百家讲坛、新品上市直播课、《疫情下，饼店怎么办》等免费课程，对疫情期间的烘焙企业运营提供专业意见，辅助客户抗击疫情；

6、加强库存的控制与管理，结合客户的复工及库存情况，分阶段逐步增加产能。

申报会计师执行的核查程序及核查意见

针对上述问题，申报会计师执行的主要核查程序如下：

1、 查阅了公司员工花名册，生产排班计划等；

2、 对公司经营管理层进行访谈，了解公司目前的复工复产程度，及其对市场和经营情况的评估和依据，疫情对公司经营影响等事项；

3、 抽查公司订单，获取公司上半年订单信息；

4、 查验公司编制的 2020 年上半年的产能、产量及销量统计表，并与机器设备投资和转固时点进行匹配；

5、 获取公司编制的 2019 年上半年及 2020 年上半年的财务报表，并对主要科目变动情况进行分析；

6、 获取公司编制的 2020 年全年收入及净利润预测报表；

7、 查验公司与鑫兰食品武汉有限公司签署的有关合同；

8、 核查公司上下游主要客户、供应商的订单履行情况；

9、 对主要供应商和客户进行视频访谈确认；

10、 获取公司应对疫情所采取的各项措施的凭证。

经核查，申报会计师认为：

1、 截止本询问意见回复出具日，公司开工复工率已经达到了 100%；

2、 公司不存在日常订单履行的障碍；

3、 公司 2020 年上半年产能、产量和销量等指标未发生重大变化；

4、 公司上半年主要财务数据未发生重大变化；

5、 疫情对烘焙行业的整体影响较小，公司外部经营环境未发生重大变化；

6、 为应对鑫兰食品停工的影响，公司从 2020 年 3 月起暂停了向鑫兰食品的挞液采购，转而利用公司现有奶油生产线开始加速生产挞液，并已基本满足公司现有销售需求。除上述情形外，公司不存在其他因疫情影响客户取消或推迟订单、供应商延迟交货的情况；

7、 新冠疫情不会对公司全年的经营业绩及持续经营能力产生重大不利影响。同时为有效降低疫情的影响，公司在疫情期间也采取了各项有效的措施加以应对。

问题 20、请发行人补充披露：（1）各级别、各岗位员工的薪酬水平及增长情况，与行业水平、当地平均水平的比较情况，说明报告期内各年度的人工成本总额与相关资产、成本、费用项目之间的关系，说明报告期末应付职工薪酬变动的原因及合理性；（2）其他流动资产的具体构成、金额，量化披露报告期内其他流动资产波动原因；（3）报告期内股利

分配事项是否实施完毕，相关自然人股东个人所得税是否足额缴纳；（4）公司生产经营中主要排放污染物及排放量、环保设施其处理能力及实际运行情况、报告期各年环保投入和相关费用支出情况、募投项目环保投入与排污量的匹配情况等；（5）是否存在申报财务报表与原始财务报表不一致的情形，如是请说明具体情况及产生的原因、影响；（6）说明财务报表项目比较数据变动幅度达 30%以上的情况及原因是否已恰当披露；（7）披露申报期内是否存在转贷、票据融资、银行借款受托支付、非经营性资金往来、关联方或第三方代收货款等情形，包括不限于相关交易形成时间、原因、资金流向和使用用途、利息、违反有关法律法规具体情况及后果、后续可能影响的承担机制、整改措施、相关内控建立及运行情况。

请保荐人、申报会计师进行核查，就发行人的财务内控是否能够持续符合规范性要求，不存在影响发行条件的情形发表明确意见。

回复：

一、 各级别、各岗位员工的薪酬水平及增长情况，与行业水平、当地平均水平的比较情况，说明报告期内各年度的人工成本总额与相关资产、成本、费用项目之间的关系，说明报告期末应付职工薪酬变动的原因及合理性；

（一）各级别、各岗位员工的薪酬水平及增长情况

1、各级别员工薪酬水平

报告期内，公司各级别员工的平均薪酬如下表所示：

单位：万元/人.年

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
高层管理人员	93.59	62.84	49.11
中层管理人员	18.31	15.53	12.76
基层人员	8.19	7.88	6.39
平均	11.34	10.18	8.21

注：公司高层管理人员为公司的董事（不含未签署劳动合同的独董黄敬业和黄伟成以及董事白宝鲲）监事和高级管理人员，中层管理人员为主任级以上（含主任级，不含高层管理人员）的人员，基层人员为除高层管理人员和中层管理人员以外的其他人员。

公司的员工按照职级划分为高层管理人员、中层管理人员和基层人员。报告期内，随着公司业绩的逐年增长，公司各层级人员的平均薪酬逐年上升。

2、各类岗位员工收入水平

报告期内，公司各类岗位员工的平均薪酬如下表所示：

单位：万元/人.年

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售人员	12.75	12.21	9.42
管理人员	16.10	13.18	11.29
研发人员	18.11	17.18	14.60
生产人员	8.28	7.27	6.07
平均	11.34	10.18	8.21

从员工岗位来看，公司人均薪酬和各岗位员工的平均薪酬呈逐年递增趋势，与公司业绩增长的趋势相符合。

（二）与行业水平、当地平均水平的比较情况

详见本问询回复问题 14 二、四相关内容。

（三）说明报告期内各年度的人工成本总额与相关资产、成本、费用项目之间的关系

报告期内，公司人工成本总额与相关资产、成本、费用项目中员工薪酬之间的关系如下：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
生产成本	8,516.89	33.11%	7,388.51	33.63%	5,515.88	35.34%
销售费用	11,331.72	44.06%	10,081.37	45.88%	6,832.36	43.77%
管理费用	4,024.01	15.65%	3,028.93	13.79%	2,212.70	14.18%
研发费用	1,847.56	7.18%	1,443.37	6.57%	1,036.37	6.64%
在建工程			29.01	0.13%	12.32	0.08%
合计	25,720.17	100.00%	21,971.19	100.00%	15,609.63	100.00%

从上表可以看出，报告期内各年度的人工成本与相关资产、成本、费用项目之间的比例变动较小，不存在异常情况；2017 年及 2018 年由于建设浙江厂区，部分员工薪酬计入在建工程。

（四）说明报告期末应付职工薪酬变动的原因及合理性

报告期各期末，公司应付职工薪酬的情况如下表：

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
一、短期薪酬	3,856.66	99.67%	2,858.59	99.71%	2,339.86	99.73%

项目	2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
其中：工资、奖金、津贴和补贴	3,827.38	98.91%	2,839.20	99.04%	2,326.12	99.15%
社会保险费	6.35	0.16%	4.28	0.15%	2.98	0.13%
住房公积金	3.60	0.09%	2.67	0.09%	1.38	0.06%
工会经费和职工教育经费	19.32	0.50%	12.43	0.43%	9.38	0.40%
二、离职后福利	12.62	0.33%	8.21	0.29%	6.25	0.27%
三、辞退福利	0.33	0.01%	-	-	-	-
合计	3,869.61	100.00%	2,866.80	100.00%	2,346.11	100.00%

公司的应付职工薪酬主要为应付职工的工资、奖金、津贴和补贴。报告期各期末，公司应付职工薪酬分别为 2,346.11 万元、2,866.80 万元和 3,869.61 万元。随着公司经营规模的扩大、员工的增加、薪酬标准的提升，公司应付职工薪酬余额逐年增长。公司员工的奖金考核与业绩相挂钩，2018 年和 2019 年公司营业收入分别较同期增长 35,746.15 万元和 27,027.65 万元，增幅较快，因此 2018 年末和 2019 年末计提的业绩奖金逐年上升，应付业绩奖金分别为 410.11 万元和 1,111.39 万元。

二、 其他流动资产的具体构成、金额，量化披露报告期内其他流动资产波动原因；

报告期内各期末其他流动资产的具体构成情况如下：

单位：万元

项　　目	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
增值税留抵税金	972.97	938.76	1,047.22
待摊费用	70.29	126.61	85.23
合　　计	1,043.26	1,065.37	1,132.45

从上表可以看出，报告期内各期末其他流动资产-增值税留抵税金和待摊费用，其中增值税留抵税金各期末变动较小，2018 年末较 2017 年末增值税留抵税金减少较大主要系 2018 年孙公司浙江奥昆食品有限公司正式投产对外实现销售，销项税增加导致留抵税金减少所致；待摊费用系待摊办事处及公司办公用房房租，公司办公用房系 2018 年开始租用，2018 年待摊费用余额较 2017 年末增加主要系公司办公用房 2018 年预付 2019 年房租所致，而 2019 年未预付 2020 年房租，导致 2019 年末待摊费用较 2018 年末减少。

报告期内各期末其他流动资产变动合理，不存在显著异常。

三、 报告期内股利分配事项是否实施完毕，相关自然人股东个人所得税是否足额缴

纳；

（一）报告期内股利分配事项是否实施完毕

2018 年 2 月 26 日，公司召开 2017 年度股东大会，全体股东通过表决作出决议并同意，公司以截至 2017 年 12 月 31 日的总股本 9,000 万股为基数，向股权登记日在册的全体股东每 10 股派发现金红利 1.70 元，向全体股东分红合计 1,530 万元。截止本问询函回复日，此次现金股利分配已经实施完毕。

2019 年 3 月 28 日，公司召开 2018 年度股东大会，全体股东通过表决作出决议并同意，公司以截至 2018 年 12 月 31 日的总股本 12,700 万股为基数，向股权登记日在册的全体股东每 10 股派发现金红利 1.30 元，向全体股东分红合计 1,651 万元。截止本问询函回复日，此次现金股利分配已经实施完毕。

（二）相关自然人股东个人所得税是否足额缴纳

根据各自然人直接股东和间接股东的个人所得税纳税凭证，相关自然人股东所涉及前述股利分配事项均足额缴纳了个人所得税。

四、 公司生产经营中主要排放污染物及排放量、环保设施其处理能力及实际运行情况、报告期各年环保投入和相关费用支出情况、募投项目环保投入与排污量的匹配情况等；

（一）公司生产经营中主要排放污染物及排放量、环保设施其处理能力及实际运行情况

报告期内，公司从事生产的下属公司包括增城分公司、佛山分公司、广州奥昆、广州昊道、浙江奥昆。公司生产过程中产生的污染物包括废水、废气、固体废物以及噪声。公司主要污染物的排放量、环保设施其处理能力及实际运行情况如下表所示：

1、增城分公司

污染物	主要污染物	排放标准	污染物排放量	环保措施及其处理能力	实际运行情况
废水	废水 CODCr	广东省《水污染物排放限值》（DB44/26-2001）第二时段一级标准、第二时段三级标准	≤18,412m^3/a ≤2.319t/a	生产污水经污水站处理达到广东省《水污染物排放限值》（DB44/26-2001）第二时段一级标准后排入市政污水管网至石滩污水厂处理；生活污水经污水站处理达到广东省《水污染物排放限值》（DB44/26-2001）第二时段三级标准后排入市政污水管网至石滩污水厂处理。处理能力满足排放量的要求。	运行正常
废气	烟气量	《锅炉大气污染物排放标准》	≤408.78 万 m^3/a	采用低氮燃烧+SNCR+袋式除尘处理后引至 15m 高排气	运行

污染物	主要污染物	排放标准	污染物排放量	环保措施及其处理能力	实际运行情况
	SO_2	（DB44/765-2019）大气污染物特别排放限值	≤0.12t/a	筒排放。处理能力满足排放量的要求。	正常
	NOX		≤0.196t/a		
	烟尘		≤0.0048/ta		
固废	废包装材料、食品残渣及不合格产品	一般工业固体废物按照《一般工业固体废物贮存、处置场污染控制标准》（GB18599-2001）及其修改单的要求进行处置	≤24.517t/a	收集后交由相关物资回收公司最大程度资源再生利用，多余部分交由工业固废处置单位处理。处理能力满足排放量的要求。	运行正常
	污泥		11.42t/a	工业固废处置单位处理。处理能力满足排放量的要求。处理能力满足排放量的要求。	运行正常
噪音	机械噪音	《工业企业厂界环境噪声排放标准》（GB 12348—2008）2类标准	少量	选用低噪声设备，对产生噪声的设备配套消声器、安装减震垫、隔声罩等，并合理布局生产车间和设施的位置。处理能力满足排放量的要求。	运行正常

2、佛山分公司

污染物	主要污染物	排放标准	污染物排放量	环保措施及其处理能力	实际运行情况
废水	废水	《水污染物排放限值》（DB44/26-2001）第二时段一级标准	≤119,715.67 m^3/a	自建污水处理系统处理后通过市政管网排至同树涌。处理能力满足排放量的要求。	运行正常
	CODCr		≤4.56t/a		
废气	烟气量	《饮食业油烟排放标准》（试行）（GB18483-2001）	≤720 万 m^3/a	经处理后高空排放（1#排气筒）。处理能力满足排放量的要求。	运行正常
	厨房油烟		≤0.0034t/a		
	烟气量	《锅炉大气污染物排放标准》（GB13271-2014）	≤3,519.17 万 m^3/a	经收集处理后引至 3#、4#排气筒（高度均为 15m）高空排放。处理能力满足排放量的要求。	运行正常
	SO_2		≤0.46t/a		
	NOX		≤4.55t/a		
	烟尘		≤0.36t/a		

污染物	主要污染物	排放标准	污染物排放量	环保措施及其处理能力	实际运行情况
固废	生活垃圾	项目产生的一般固体废物执行《一般工业固体废物贮存、处理场污染控制标准》（GB 18599-2001）、《关于发布<一般工业固体废物贮存、处置场污染控制标准>（GB 18599-2001）等3项国家污染物控制标准修改单的公告》（环境保护部 2013年6月8日发布）	≤42.5t/a	收集后交给环卫部门处理。处理能力满足排放量的要求。	运行正常
	废包装材料及不合格产品		≤150t/a	收集后交由相关物资回收公司最大程度资源再生利用，多余部分交由工业固废处置单位处理。处理能力满足排放量的要求。	
	污泥		≤17.86t/a	工业固废处置单位处理。处理能力满足排放量的要求。	
噪音	机械噪音	《工业企业厂界环境噪声排放标准》（GB 12348—2008）2类标准	少量	选用低噪声的设备、生产设备进行隔声、减振等措施。处理能力满足排放量的要求。	运行正常

3、广州奥昆

污染物	主要污染物	排放标准	污染物排放量	环保措施及其处理能力	实际运行情况
废水	废水	《水污染物排放限值》（DB44/26-2001）第二时段一级标准。	≤29,250t/a	员工生活污水经化粪池预处理、清洗废水经隔油隔渣池预处理后，排入自建污水处理站处理后，排入浅海涌纳入蕉门水道。处理能力满足排放量的要求。	运行正常
	CODCr		≤1.044t/a		
废气	油烟	《饮食油烟排放标准（试行）》（GB18483-2001）	≤15,360 万 m^3/a	1号楼生产车间油烟经静电除油器处理后，引至1号楼顶20米高空排放；2号楼生产车间油烟经静电除油器处理后，引至2号楼楼顶120米高空排放。处理能力满足排放量的要求。	运行正常
	废气量	《锅炉大气污染	≤453.6 万 m^3/a	经收集处理后引至3#、4#	运行

污染物	主要污染物	排放标准	污染物排放量	环保措施及其处理能力	实际运行情况
	SO_2 NOX 烟尘	物排放标准》（GB13271-2014）	≤0.0168t/a ≤0.6336t/a ≤0.0576t/a	排气筒（高度均为 15m）高空排放。处理能力满足排放量的要求。	正常
固体污染物	废包装材料及不合格产品	《一般工业固体废物贮存、处置场污染控制标准》（GB18599-2001）及《危险废物贮存》	≤30t/a	有关单位回收利用。处理能力满足排放量的要求。	运行正常
噪声	机械噪音	《工业企厂界环境噪声排放标准》（GB12348-2008）2 类标准	少量	选用低噪声的设备、生产设备进行隔声、减振等措施。处理能力满足排放量的要求。	运行正常

4、广州昊道

污染物	主要污染物	排放标准	污染物排放量	环保措施及其处理能力	实际运行情况
废水	CODCr	实行雨污分流制，生活污水、清洗废水经广州奥昆食品有限公司的污水处理设施处理，达到广东省地方标准《水污染物排放限值》（DB44/26-2001）第二时段一级标准后	不单独监测，并入广州奥昆监测数据	员工生活污水经化粪池预处理、清洗废水经隔油隔渣池预处理后，依托广州奥昆食品有限公司废水处理站处理后，排入大口涌。处理能力满足排放量的要求。	运行正常
	氨氮	排入大口涌	不单独监测，并入广州奥昆监测数据		
废气	油烟	《饮食油烟排放标准（试行）》（GB18483-2001）	不单独监测，并入广州奥昆监测数据	不设员工食堂、宿舍，备用发电机、污水处理系统及冷库均依托广州奥昆食品有限公司。处理能力满足排放量的要	运行正常

污染物	主要污染物	排放标准	污染物排放量	环保措施及其处理能力	实际运行情况
				求。	
固体污染物	废包装材料 不合格产品	《一般工业固体废物贮存、处置场污染物控制标准》（GB18599-2001）	≤5t/a	废弃包装材料、瓜果皮屑及不合格产品交由有关单位回收利用。处理能力满足排放量的要求。	运行正常
噪声	机械噪音	《工业企业厂界环境噪声排放标准》（GB12348-2008）2 类标准	少量	选用低噪声的设备、生产设备进行隔声、减振等措施。处理能力满足排放量的要求。	运行正常

5、浙江奥昆

污染物	主要污染物	排放标准	污染物排放量	环保措施及其处理能力	环保设施运行情况
废水	CODCr	《水污染物排放限值》（DB44/26-2001）第二时段一级标准	≤4.91t/a	生活污水为自建化粪池预处理后纳管，生产污水为自建污水处理站后纳管。处理能力满足排放量的要求。	运行正常
废气	油烟	《饮食业油烟排放标准》（GB18483-2001）	≤56t/a	经过油烟净化器+UV 光催化。处理能力满足排放量的要求。	运行正常
固体污染物	废包装材料	《一般工业固体废物贮存、处置场污染控制标准》（GB18599-2001）	≤25t/a	有关单位回收利用。处理能力满足排放量的要求。	运行正常
	不合格产品		≤2t/a	有关单位回收利用。处理能力满足排放量的要求。	运行正常
噪声	机械噪音	《工业企厂界环境噪声排放标准（GB12348-2008）3 类标准	少量	选用低噪声的设备、生产设备进行隔声、减振等措施。处理能力满足排放量的要求。	运行正常

（二）报告期各年环保投入和相关费用支出情况

报告期内，公司环保投入情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
环保设施投入	444.66	334.69	50.92
环保直接费用支出	395.68	440.81	96.14
合计	840.35	775.50	147.06

报告期内，随着公司营业收入的不断扩大，公司对环保的重视程度日益提高，环保支出也逐年上升，2018 年，公司进一步提高了环保标准，新增了部分环保设施和环保支出，故 2018 年以后环保投入有所上升。同时，公司浙江生产基地 2018 年开始投入生产，2018 年、2019 年，浙江奥昆分别新购置环保设备 133.05 万元和 134.87 万元。

（三）募投项目环保投入与排污量的匹配情况等

公司不属于重污染行业，募投项目建成后生产过程只产生少量废气、废水、噪音和固体废弃物，废气和废水由净化装置处理后排放，固体废弃物一般交由工业固废处置单位处理、供应商回收利用或者交由环卫部门定期清理、统一处理，仅需投入定期更换的环保设施辅料和常规环保费用。公司募投项目均已按照规定聘请专业机构编制了环境影响报告表，并已取得环境保护部门的环境影响评价。根据相关专业机构的意见，相关募投项目的环保设计、投入与排污量的匹配符合环保要求。

五、 是否存在申报财务报表与原始财务报表不一致的情形，如是请说明具体情况及产生的原因、影响；

（一）报告期各期申报财务报表与原始财务报表差异如下：

2019 年 12 月 31 日/2019 年度差异情况

单位：万元

资　　产	原始报表数	申报报表数	差异	差异率
流动资产：				
货币资金	19,329.80	19,329.80		
应收账款	8,040.94	8,040.94		
预付款项	1,567.80	1,567.80		
其他应收款	2,447.67	2,447.67		
存货	11,671.88	11,671.88		
其他流动资产	1,043.26	1,043.26		
流动资产合计	44,101.34	44,101.34		
非流动资产：				
固定资产	26,588.47	26,588.47		

资　　产	原始报表数	申报报表数	差异	差异率
在建工程	1,905.51	1,905.51		
无形资产	4,830.46	4,830.46		
长期待摊费用	841.81	841.81		
递延所得税资产	527.77	527.77		
其他非流动资产	730.44	730.44		
非流动资产合计	35,424.46	35,424.46		
资产总计	79,525.80	79,525.80		

单位：万元

负债和股东权益	原始报表数	申报报表数	差异	差异率
流动负债：				
短期借款	3,003.86	3,003.86		
应付账款	11,907.01	11,907.01		
预收款项	3,116.30	3,116.30		
应付职工薪酬	3,869.61	3,869.61		
应交税费	3,066.38	3,066.38		
其他应付款	3,026.41	3,026.41		
一年内到期的非流动负债	104.21	104.21		
流动负债合计	28,093.79	28,093.79		
非流动负债：				
长期借款	2,900.00	2,900.00		
递延收益	1,462.93	1,462.93		
非流动负债合计	4,362.93	4,362.93		
负债合计	32,456.72	32,456.72		
股东权益：				
股本	12,700.00	12,700.00		
资本公积	10,501.38	10,501.38		
盈余公积	1,356.74	1,356.74		
未分配利润	22,510.95	22,510.95		
归属于母公司股东权益合计	47,069.07	47,069.07		
股东权益合计	47,069.07	47,069.07		

负债和股东权益	原始报表数	申报报表数	差异	差异率
负债和股东权益总计	79,525.80	79,525.80		

单位：万元

项　　目	原始报表数	申报报表数	差异	差异率
一、营业总收入	158,372.95	158,372.95		
其中：营业收入	158,372.95	158,372.95		
二、营业总成本	136,537.89	136,537.89		
其中：营业成本	93,012.66	93,012.66		
税金及附加	1,210.03	1,210.03		
销售费用	30,841.16	30,841.16		
管理费用	7,095.34	7,095.34		
研发费用	4,150.52	4,150.52		
财务费用	228.18	228.18		
加：其他收益	1,069.49	1,069.49		
投资收益（损失以“-”号填列）				
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-137.37	-137.37		
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-146.04	-146.04		
资产处置收益（损失以“-”号填列）	0.80	0.80		
三、营业利润（亏损以“-”号填列）	22,621.94	22,621.94		
加：营业外收入	9.79	9.79		
减：营业外支出	70.76	70.76		
四、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	22,560.96	22,560.96		
减：所得税费用	4,421.14	4,421.14		
五、净利润（净亏损以“-”号填列）	18,139.82	18,139.82		

2018 年 12 月 31 日/2018 年度差异情况

单位：万元

资　　产	原始报表数	申报报表数	差异	差异率
流动资产：				
货币资金	9,296.28	9,296.49	0.21	0.00%
应收票据	35.41	35.41		
应收账款	6,140.39	6,127.09	-13.30	-0.22%

资　　产	原始报表数	申报报表数	差异	差异率
预付款项	2,138.57	1,996.26	-142.31	-7.13%
其他应收款	288.28	302.38	14.10	4.66%
存货	12,448.88	12,175.61	-273.26	-2.24%
其他流动资产	795.56	1,065.37	269.81	25.33%
流动资产合计	31,143.36	30,998.60	-144.76	-0.47%
非流动资产：				
固定资产	21,707.91	21,760.13	52.22	0.24%
在建工程	1,577.67	2,451.72	874.05	35.65%
生产性生物资产				
油气资产				
无形资产	4,872.29	4,931.32	59.03	1.20%
长期待摊费用	681.11	632.79	-48.32	-7.64%
递延所得税资产	443.78	472.03	28.25	5.98%
其他非流动资产	1,560.83	579.48	-981.35	-169.35%
非流动资产合计	30,843.59	30,827.47	-16.12	-0.05%
资产总计	61,986.96	61,826.07	-160.89	-0.26%

单位：万元

负债和股东权益	原始报表数	申报报表数	差异	差异率
流动负债：				
短期借款	6,398.32	6,398.32		
应付账款	12,283.22	12,032.58	-250.64	-2.08%
预收款项	2,515.38	2,445.56	-69.83	-2.86%
应付职工薪酬	2,862.45	2,866.80	4.34	0.15%
应交税费	1,949.19	2,079.90	130.71	6.28%
其他应付款	4,239.53	4,514.94	275.40	6.10%
流动负债合计	30,248.10	30,338.09	89.99	0.30%
非流动负债：				
递延收益	890.76	929.31	38.56	4.15%
非流动负债合计	890.76	929.31	38.56	4.15%
负债合计	31,138.85	31,267.40	128.55	0.41%

负债和股东权益	原始报表数	申报报表数	差异	差异率
股东权益：				
股本	12,700.00	12,700.00		
资本公积	10,657.51	10,501.38	-156.13	-1.49%
盈余公积	491.67	494.59	2.93	0.59%
未分配利润	6,998.92	6,862.69	-136.23	-1.99%
归属于母公司股东权益合计	30,848.10	30,558.67	-289.44	-0.95%
少数股东权益				
股东权益合计	30,848.10	30,558.67	-289.44	-0.95%
负债和股东权益总计	61,986.96	61,826.07	-160.89	-0.26%

单位：万元

项　　目	原始报表数	申报报表数	差异	差异率
一、营业总收入	132,528.28	131,345.30	-1,182.98	-0.90%
其中：营业收入	132,528.28	131,345.30	-1,182.98	-0.90%
二、营业总成本	125,507.74	124,704.25	-803.49	-0.64%
其中：营业成本	81,836.30	81,980.06	143.76	0.18%
税金及附加	1,128.82	1,117.15	-11.66	-1.04%
销售费用	28,718.88	27,903.98	-814.90	-2.92%
管理费用	9,935.25	9,827.85	-107.40	-1.09%
研发费用	3,610.57	3,610.62	0.05	0.00%
财务费用	277.92	264.59	-13.33	-5.04%
加：其他收益	531.52	497.48	-34.04	-6.84%
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-38.52	-134.14	-95.62	71.29%
资产处置收益（损失以“-”号填列）	-23.98	-23.98		
三、营业利润（亏损以“-”号填列）	7,489.56	6,980.41	-509.15	-7.29%
加：营业外收入	9.34	5.44	-3.90	-71.79%
减：营业外支出	168.59	21.96	-146.63	-667.71%
四、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	7,330.30	6,963.88	-366.42	-5.26%
减：所得税费用	1,782.93	1,733.02	-49.91	-2.88%
五、净利润（净亏损以“-”号填列）	5,547.38	5,230.86	-316.51	-6.05%

2017年12月31日/2017年度差异情况

单位：万元

资　　产	原始报表数	申报报表数	差异	差异率
流动资产：				
货币资金	5,119.74	5,119.74		
应收账款	5,897.29	5,900.12	2.83	0.05%
预付款项	967.55	890.95	-76.60	-8.60%
其他应收款	234.70	235.64	0.93	0.40%
存货	10,123.59	10,026.68	-96.91	-0.97%
其他流动资产	401.28	1,132.44	731.17	64.57%
流动资产合计	22,744.15	23,305.58	561.43	2.41%
非流动资产：				
固定资产	12,560.86	12,560.86		
在建工程	5,715.80	4,791.47	-924.32	-19.29%
无形资产	2,932.14	2,928.39	-3.75	-0.13%
长期待摊费用	484.30	483.93	-0.37	-0.08%
递延所得税资产	436.40	462.47	26.08	5.64%
其他非流动资产	848.44	1,157.68	309.24	26.71%
非流动资产合计	22,977.93	22,384.80	-593.14	-2.65%
资产总计	45,722.08	45,690.38	-31.71	-0.07%

单位：万元

负债和股东权益	原始报表数	申报报表数	差异	差异率
流动负债：				
短期借款	6,534.19	6,534.19		
应付账款	9,205.50	9,055.13	-150.38	-1.66%
预收款项	3,959.13	3,525.46	-433.67	-12.30%
应付职工薪酬	2,263.81	2,346.11	82.30	3.51%
应交税费	2,007.91	2,072.29	64.38	3.11%
其他应付款	2,295.06	2,516.89	221.84	8.81%
流动负债合计	26,265.60	26,050.07	-215.53	-0.83%
非流动负债：				
递延收益	188.47	189.09	0.62	0.33%

负债和股东权益	原始报表数	申报报表数	差异	差异率
非流动负债合计	188.47	189.09	0.62	0.33%
负债合计	26,454.07	26,239.16	-214.91	-0.82%
股东权益：				
股本	9,000.00	9,000.00		
资本公积	6,794.79	6,794.79	0.00	0.00%
盈余公积	262.20	284.22	22.02	7.75%
未分配利润	3,211.01	3,372.20	161.19	4.78%
归属于母公司股东权益合计	19,268.01	19,451.21	183.21	0.94%
股东权益合计	19,268.01	19,451.21	183.21	0.94%
负债和股东权益总计	45,722.08	45,690.38	-31.71	-0.07%

单位：万元

项　　目	原始报表数	申报报表数	差异	差异率
一、营业总收入	95,740.57	95,599.15	-141.42	-0.15%
其中：营业收入	95,740.57	95,599.15	-141.42	-0.15%
二、营业总成本	90,632.15	90,180.14	-452.01	-0.50%
其中：营业成本	62,002.28	62,007.60	5.32	0.01%
税金及附加	765.52	775.07	9.55	1.23%
销售费用	20,343.71	19,834.28	-509.43	-2.57%
管理费用	7,089.21	4,172.50	-2,916.70	-69.90%
研发费用		2,958.78	2,958.78	100.00%
财务费用	431.44	431.92	0.48	0.11%
加：其他收益	156.31	203.97	47.66	23.37%
投资收益（损失以“-”号填列）	9.85	9.85	0.00	0.00%
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-112.30	-166.64	-54.34	32.61%
资产处置收益（损失以“-”号填列）				
三、营业利润（亏损以“-”号填列）	5,162.29	5,466.19	303.91	5.56%
加：营业外收入	62.08	10.38	-51.70	-497.84%
减：营业外支出	237.97	237.97		
四、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	4,986.39	5,238.60	252.21	4.81%
减：所得税费用	805.95	839.87	33.93	4.04%

项　　目	原始报表数	申报报表数	差异	差异率
五、净利润（净亏损以“-”号填列）	4,180.45	4,398.73	218.28	4.96%

（二）报告期各期申报财务报表与原始财务报表产生差异的主要原因

1、2019 年 12 月 31 日/2019 年度差异主要原因

原始合并资产负债表与申报合并资产负债表（2019 年 12 月 31 日/2019 年度）无差异。

2、2018 年 12 月 31 日/2018 年度差异主要原因

（1） 货币资金

调整计入应收账款的支付宝企业账户余额，调增货币资金 0.21 万元。

（2） 应收账款

调整计入应收账款的支付宝企业账户余额，调减应收账款 0.21 万元；根据科目重分类及同户名合并调增应收账款 0.03 万元;根据收入确认原则调整跨期收入,调减应收账款 21.43 万元；内部交易抵销差错调增应收账款 6.07 万元；根据坏账准备测算差异，调增应收账款 2.23 万元。以上共计调减应收账款 13.30 万元。

（3） 预付款项

根据科目重分类调减预付款项 142.31 万元。

（4） 其他应收款

根据科目重分类调增其他应收款 15.00 万元；根据坏账准备测算差异，调减其他应收款 0.90 万元。以上共计调增其他应收款 14.10 万元。

（5） 存货

根据收入确认原则调整跨期收入，调减存货 31.39 万元；内部交易抵销差错调减存货 23.92 万元；成本计算错误，调减存货 121.15 万元；根据存货跌价准备差异，调减存货 96.81 万元。以上共计调减存货 273.26 元。

（6） 其他流动资产

根据科目重分类调增其他流动资产 126.61 万元；待抵扣进项税调整应交税费，调增其他流动资产 4.96 万元；根据工程及设备进度调整预付款，调增其他流动资产 138.24 万元。以上共计调增其他流动资产 269.81 万元。

（7） 固定资产

根据工程及设备进度调整转固，调增固定资产原值 45.65 万元；工程项目人员薪酬调增固定资产 21.09 万元；根据合同及发票调整资产原值，调减固定资产原值 36.44 万元；计提购买不动产登契税，调增固定资产原值 35.18 万元；根据折旧测算差异调减固定资产 13.26 万元。以上共计调增固定资产 52.22 元。

（8） 在建工程

根据工程及设备进度调整预付工程款至其他非流动资产，调减在建工程 16.24 万元；根据工程及设备进度调整预付款，调增在建工程 864.00 万元；计提购买不动产登契税，调增在建工程 26.29 万元。以上共计调增在建工程 874.05 万元。

（9） 无形资产

计提购买不动产登契税，调增无形资产 59.23 万元；根据摊销测算差异调减无形资产 0.20 万元。以上共计调增无形资产 59.03 万元。

（10） 长期待摊费用

根据长期待摊费用摊销测算差异，调减长期待摊费用 62.33 万元；根据合同调整，调增长期待摊费用 14.01 万元。以上共计调减长期待摊费用 48.32 万元。

（11） 递延所得税资产

根据应收款项的坏账准备、存货跌价准备、计提返利、可抵扣亏损、内部交易抵销差错调整，导致产生应纳税所得额时间性差异，调增递延所得税资产 28.17 万元；根据测算差异调增递延所得税资产 0.07 万元。以上共计调增递延所得税资产 28.25 万元。

（12） 其他非流动资产

根据工程及设备进度调整在建工程，调增其他非流动资产 16.24 万元；根据工程及设备进度调整预付款，调减其他非流动资产 1,002.24 万元；根据科目重分类调增其他非流动资产 4.65 万元。以上共计调减其他非流动资产 981.35 万元。

（13） 应付账款

根据科目重分类调减应付账款 33.29 万元；根据合同及发票调整固定资产原值、长期待摊费用原始金额及汇兑损益，调减应付账款 54.58 元；根据计提数与实际发生额差异调整运输费、仓储费、劳务费等，调增应付账款 37.02 万元；根据款项性质在科目间重分类，调减应付账款 198.46 万元；汇兑损益调减应付账款 1.33 万元。以上共计调减应付账款 250.64 万元。

（14） 预收款项

根据科目重分类及同户名合并调增预收款项 0.36 万元；根据收入确认原则调整跨期收入，调减预收款项 70.19 万元。以上共计调减预收款项 69.83 万元。

（15） 应付职工薪酬

根据实际支付薪酬与账面计提差异，调增应付职工薪酬 12.77 万元；应付食堂供应商款项调减应付职工薪酬 8.43 万元。以上共计调增应付职工薪酬 4.34 万元。

（16） 应交税费

因调整损益调整，调减应交税费 27.69 万元；调整进项税转出记账差错，调减应交税费 8.86 万元；根据汇算清缴，调增应交税费 35.40 万元；待抵扣进项税调整至其他流动资产，调增其他流动资产 4.96 万元；计提购买不动产登契税，调增应交税费 120.70 万元；股东免收租金进行纳税调整调增应交税费 6.21 万元。以上共计调增应交税费 130.71 万元。

（17） 其他应付款

根据款项性质在科目间重分类，调增其他应付款 198.46 万元；根据科目重分类调增其他应付款 36.91 万元；根据成本费用计提数与实际发生额差异，调减其他应付款 94.41 万元；应付食堂供应商款项调增其他应付款 8.43 万元；根据银行借款利息测算差异，调增其他应付款 11.91 万元；调整计提的销售折扣，调增其他应付款 114.10 万元。以上共计调增其他应付款 275.40 万元。

（18） 递延收益

根据测算差异，调增递延收益 38.56 万元。

（19） 资本公积、盈余公积、未分配利润、归属于母公司所有者权益合计

由于资产负债及损益科目调整，资本公积调减 156.13 万元，盈余公积调增 2.93 万元，未分配利润调减 136.23 万元，归属于母公司所有者权益合计调减 289.44 万元。

（20） 营业收入

根据收入确认原则调整跨期收入，调减营业收入 330.88 万元；调整计入销售费用的销售折扣，调减营业收入 739.43 万元；调整计提的销售折扣，调减营业收入 113.23 万元；其他账务处理差异调增营业收入 0.55 万元。以上共计调减营业收入 1,182.98 万元。

（21） 营业成本

根据收入确认原则调整跨期收入，调减营业成本 216.16 万元；劳务费、薪酬等成本计提差异调减成本 29.28 万元；内部交易抵销差错调增营业成本 267.67 万元；损益类科目间重分类调增营业成本 41.59 万元；工程项目人员薪酬增加固定资产，调减营业成本 21.09 万元；折旧及摊销差异调增营业成本 61.16 万元；成本计算错误，调增营业成本 121.15 万元；上期计提存货减值在本期实现销售，调减营业成本 81.29 万元。以上共计调增营业成本 143.76 万元。

（22） 税金及附加

账务处理差异调减税金及附加 11.66 万元。

（23） 销售费用

损益类科目间重分类调增销售费用 17.62 万元；费用计提差异调减销售费用 87.49 万元；调整进项税转出记账差错，调减销售费用 8.86 万元；其他财务处理差异调增销售费用 3.26

万元；调整计入销售费用的销售折扣，调减销售费用 739.43 万元。以上共计调减销售费用 814.90 元。

（24） 管理费用

存货盈亏重分类，调增管理费用 146.63 万元；损益类科目间重分类调减管理费用 45.21 万元；费用计提差异调减管理费用 48.20 万元；服务费计入无形资产调整，调减管理费用 4.72 万元；折旧及摊销差异调增管理费用 0.24 万元；股份支付差异调减管理费用 156.13 万元。以上共计调减管理费用 107.40 万元。

（25） 研发费用

损益类科目间重分类调减研发费用 13.99 万元；费用计提差异调增研发费用 14.04 万元。以上共计调增管理费用 0.05 万元。

（26） 财务费用

根据银行借款利息测算，调增财务费用 6.50 万元；汇兑损益调减财务费用 21.87 万元；待抵扣进项税调整，调增财务费用 2.04 万元。以上共计调减财务费用 13.33 万元。

（27） 其他收益

政府补助调整营业外收入，调增其他收益 3.90 万元；根据测算差异，调减其他收益 37.94 万元。以上共计调减其他收益 34.04 万元。

（28） 资产减值损失

由于应收账款、其他应收款、存货科目调整，调减资产减值损失 95.62 万元。

（29） 营业外收入

政府补助调整，调减营业外收入 3.90 万元。

（30） 营业外支出

存货盈亏重分类至管理费用，调减营业外支出 146.63 元。

（31） 所得税费用

由于调整当期损益及递延所得税资产调减所得税费用 96.96 万元；根据汇算清缴数据调增所得税费 35.40 万元；递延所得税资产计算错误，调增所得税费用 5.44 万元；股东免收租金进行纳税调整调增所得税费用 6.21 万元。以上共计调减所得税费用 49.91 万元。

3、2017 年 12 月 31 日/2017 年度差异主要原因

（1） 应收账款

根据科目重分类及同户名合并调减应收账款 25.53 万元；根据收入确认原则调整跨期收入，调增应收账款 28.17 万元；根据坏账准备测算差异，调增应收账款 0.20 万元。以上共计调增应收账款 2.83 元。

（2） 预付款项

根据科目重分类调减预付款项 92.98 万元；调整多计提的销售折扣，调增预付款项 16.38 万元。以上共计调减预付款项 76.60 万元。

（3） 其他应收款

根据科目重分类调增其他应收款 0.98 万元；根据坏账准备测算差异，调减其他应收款 0.05 万元。以上共计调增其他应收款 0.93 万元。

（4） 存货

根据收入确认原则调整跨期收入，调减存货 247.55 万元；待抵扣进项税调整至其他流动资产，调减存货 17.89 万元；内部交易抵销差错调增存货 249.82 万元；根据存货跌价准备测算差异，调减存货 81.29 万元。以上共计调减存货 96.91 万元。

（5） 其他流动资产

根据科目重分类调增其他流动资产 85.23 万元；从其他科目中转入待抵扣进项税，调增其他流动资产 645.94 万元，其中：存货调增 17.89 万元，应交税费调减 62.87 万元，其他非流动资产调增 688.88 万元，财务费用调增 2.04 万元。以上共计调增其他流动资产 731.17 万元。

（6） 在建工程

根据工程及设备进度调整预付工程款至其他非流动资产，调减在建工程 991.36 万元；根据实际支付薪酬与账面计提差异，调增在建工程 21.42 万元；公司应负担的供应商税费计入税金及附加调整，调增在建工程 0.30 万元；预付工程款计入费用，调增在建工程 45.32 万元。以上共计调减在建工程 924.32 万元。

（7） 无形资产

服务费计入无形资产调整，调减无形资产 3.75 万元。

（8） 长期待摊费用

根据长期待摊费用摊销测算差异，调减长期待摊费用 14.38 万元；根据合同调整资产原值，调增长期待摊费用 14.01 万元。以上共计调减长期待摊费用 0.37 万元。

（9） 递延所得税资产

根据应收款项的坏账准备、存货跌价准备、计提返利、可抵扣亏损、内部交易抵销差错调整，导致产生应纳税所得额时间性差异，调增递延所得税资产 20.57 万元；根据测算差异调增递延所得税资产 5.51 万元。以上共计调增递延所得税资产 26.08 万元。

（10） 其他非流动资产

根据工程及设备进度调整在建工程，调增其他非流动资产 991.36 万元；根据科目分类

调增其他非流动资产 6.76 万元；待抵扣进项税调整至其他流动资产，调减其他非流动资产 688.88 万元。以上共计调增其他非流动资产 309.24 万元。

（11） 应付账款

根据科目重分类调增应付账款 22.25 万元；根据合同调整长期待摊费用，调增应付账款 2.40 万元；根据计提数与实际发生额差异调整运输费、仓储费、劳务费等，调增应付账款 23.43 万元；根据款项性质在科目间重分类，调减应付账款 198.46 万元。以上共计调减应付账款 150.38 万元。

（12） 预收款项

根据科目重分类及同户名合并调减预收款项 25.53 万元；根据收入确认原则调整跨期收入，调减预收款项 408.14 万元。以上共计调减预收款项 433.67 万元。

（13） 应付职工薪酬

根据实际支付薪酬与账面计提差异，调增应付职工薪酬 101.87 万元；应付食堂供应商款项调减应付职工薪酬 19.57 万元。以上共计调增应付职工薪酬 82.30 万元。

（14） 应交税费

因调整损益调整，调增应交税费 129.96 万元；待抵扣进项税调整至其他流动资产，调减应交税费 62.87 万元；收入和销项税金额串行调整，调减应交税费 2.71 万元。以上共计调增应交税费 64.38 万元。

（15） 其他应付款

根据款项性质在科目间重分类，调增其他应付款 198.46 万元；根据科目重分类调减其他应付款 22.27 万元；根据成本费用计提数与实际发生额差异，调增其他应付款 2.44 万元；应付食堂供应商款项调增其他应付款 19.57 万元；根据合同调整服务费，调增其他应付款 0.97 万元；根据银行借款利息测算差异，调增其他应付款 5.40 万元，调整计提的销售折扣，调增其他应付款 17.26 万元。以上共计调增其他应付款 221.84 万元。

（16） 递延收益

根据测算差异，调增递延收益 0.62 万元。

（17） 资本公积、盈余公积、未分配利润、归属于母公司所有者权益合计

由于资产负债及损益科目调整，盈余公积调增 22.02 万元，未分配利润调增 161.19 万元，归属于母公司所有者权益合计调增 183.21 万元。

（18） 营业收入

根据收入确认原则调整跨期收入，调增营业收入 372.91 万元；调整计入销售费用的销售折扣，调减营业收入 559.53 万元；调整计提的销售折扣，调增营业收入 39.07 万元；收入

和销项税金额串行调整，调增营业收入 2.71 万元；废品收入调整营业外收入，调增营业收入 3.42 万元。以上共计调减营业收入 141.42 万元。

（19） 营业成本

根据收入确认原则调整跨期收入，调增营业成本 247.55 万元；劳务费、薪酬等成本计提差异调增成本 27.01 万元；内部交易抵销差错调减营业成本 249.82 万元；损益类科目间重分类调减营业成本 27.13 万元；其他账务处理差异调减营业成本 6.18 万元；折旧及摊销差异调增营业成本 13.90 万元。以上共计调增营业成本 5.32 万元。

（20） 税金及附加

账务处理差异调增税金及附加 9.55 万元。

（21） 销售费用

损益类科目间重分类调增销售费用 29.63 万元；费用计提差异调增销售费用 20.48 万元；调整计入销售费用的销售折扣，调减销售费用 559.53 万元。以上共计调减销售费用 509.43 万元。

（22） 管理费用

研发费用重分类至研发费用，调减管理费用 2,952.86 万元；费用计提差异调增管理费用 48.29 万元；损益类科目间重分类调减管理费用 2.91 万元；服务费计入无形资产调整，调增管理费用 4.72 万元；根据合同调整长期待摊费用原始金额，调减管理费用 11.61 万元；折旧及摊销差异调增管理费用 0.48 万元；其他账务处理差异调减管理费用 2.83 万元。以上共计调减管理费用 2,916.70 万元。

（23） 研发费用

研发费用调整管理费用，调增研发费用 2,952.86 万元；费用计提差异调增 5.92 万元。以上共计调增研发费用 2,958.78 万元。

（24） 财务费用

损益类科目间重分类调增财务费用 0.42 万元；根据银行借款利息测算，调增财务费用 2.10 万元；待抵扣进项税调整至其他流动资产，调减财务费用 2.04 万元。以上共计调增财务费用 0.48 万元。

（25） 其他收益

政府补助调整营业外收入，调增其他收益 48.28 万元；根据测算差异，调减其他收益 0.62 万元。以上共计调增其他收益 47.66 万元。

（26） 资产减值损失

由于应收账款、其他应收款、存货科目调整，相应调减资产减值损失 54.34 万元。

（27） 营业外收入

废品收入调整，调减营业外收入 3.42 万元；政府补助调整，调减营业外收入 48.28 万元。以上共计调减营业外收入 51.70 万元。

（28） 所得税费用

由于调整当期损益及递延所得税资产相应调增所得税费用 39.54 万元；递延所得税资产计算错误，调减所得税费用 5.62 万元。以上共计调增所得税费用 33.93 万元。

公司原始财务报表与申报财务报表存在的差异主要是公司在历年对企业会计准则理解存在一定偏差引起的。对发行人原始报表的调整情况符合企业会计准则的规定。

六、 说明财务报表项目比较数据变动幅度达 30%以上的情况及原因是否已恰当披露；

发行人报告期内比较数据变动幅度达 30%以上的财务报表科目列示如下：

单位：万元

报表项目	2019年末/2019年度		2018年末/2018年度		2017年末/2017年度
	金额	变动比例	金额	变动比例	金额
货币资金	19,329.80	107.93%	9,296.49	81.58%	5,119.74
应收票据		-100.00%	35.41		
应收账款	8,040.94	31.24%	6,127.09		
预付款项			1,996.26	124.06%	890.95
其他应收款	2,447.67	709.47%	302.38		
固定资产			21,760.13	73.24%	12,560.86
在建工程			2,451.72	-48.83%	4,791.47
无形资产			4,931.32	68.40%	2,928.39
长期待摊费用	841.81	33.03%	632.79	30.76%	483.93
其他非流动资产			579.48	-49.94%	1,157.68
短期借款	3,003.86	-53.05%	6,398.32		
应付账款			12,032.58	32.88%	9,055.13
预收款项			2,445.56	-30.63%	3,525.46
应付职工薪酬	3,869.61	34.98%	2,866.80		
应交税费	3,066.38	47.43%	2,079.90		
其他应付款	3,026.41	-32.97%	4,514.94	79.39%	2,516.89
一年内到期的非流动负债	104.21				

报表项目	2019年末/2019年度		2018年末/2018年度		2017年末/2017年度
	金额	变动比例	金额	变动比例	金额
长期借款	2,900.00				
递延收益	1,462.93	57.42%	929.31	391.46%	189.09
股本			12,700.00	41.11%	9,000.00
资本公积			10,501.38	54.55%	6,794.79
盈余公积	1,356.74	174.32%	494.59	74.02%	284.22
未分配利润	22,510.95	228.02%	6,862.69	103.51%	3,372.20
营业收入			131,345.30	37.39%	95,599.15
营业成本			81,980.06	32.21%	62,007.60
税金及附加			1,117.15	44.14%	775.07
销售费用			27,903.98	40.69%	19,834.28
管理费用			9,827.85	135.54%	4,172.50
财务费用			264.59	-38.74%	431.92
其他收益	1,069.49	114.98%	497.48	143.90%	203.97
投资收益				-100.00%	9.85
信用减值损失	-137.37				
资产减值损失	-146.04	8.87%	-134.14		
资产处置收益	0.80	-103.34%	-23.98	-100.00%	
营业外收入	9.79	79.96%	5.44	-47.59%	10.38
营业外支出	70.76	222.22%	21.96	-90.77%	237.97
所得税费用	4,421.14	155.11%	1,733.02	106.34%	839.87
净利润	18,139.82	246.78%	5,230.86		

1、货币资金：（1）2018 年末较 2017 年末增加 4,176.75 万元，主要系增加销售增加经营性现金流量持续净流入所致。（2）2019 年末较 2018 年末增加 10,033.31 万元，主要系销售增加所致。

2、应收票据：（1）2018 年末比 2017 年末增加 35.41 万元，主要系 2017 年未使用应收票据结算所致。（2）2019 年末较 2018 年末减少 35.41 万元，主要系 2018 年应收票据在 2019 年到期承兑所致。公司报告期内应收票据结算情况详见本问询回复问题 16 七相关内容。

3、应收账款：2019 年末比 2018 年末增加 1,913.85 万元，主要系 2020 年春节较早，大部分存在信用期的直销大客户在 12 月底前即完成春节采购备货，如沃尔玛 2019 年 12 月的

采购额较上年同期增加了 692.95 万元，导致公司 2019 年末应收账款增加。

4、预付款项：2018 年末较 2017 年末增加 1,105.31 万元，主要系 2018 年末预付稀奶油货款所致。

5、其他应收款：2019 年末较 2018 年末增加 2,145.29 万元，主要系 2019 年公司购买河南卫辉地块，缴纳了 2,114.00 万元土地款保证金所致。

6、固定资产：2018 年末较 2017 年末增加 9,199.27 万元，主要系浙江厂区在建工程 2018 年度内达到预定可使用状态后转固所致。

7、在建工程：2018 年末较 2017 年末减少 2,339.75 万元，主要系浙江厂区在建工程 2018 年度内达到预定可使用状态后转固所致。

8、无形资产：2018 年末较 2017 年末增加 2,002.93 万元，主要是 2018 年新购浙江土地所致。

9、长期待摊费用：（1）2019 年末较 2018 年末增加 209.02 万元，主要系分公司对固定资产的改造费用增加所致。（2）2018 年末较 2017 年末增加 148.86 万元，主要系 2018 年新办公室装修费增加所致。

10、其他非流动资产：2018 年末较 2017 年末减少 578.20 万元，主要系 2017 年公司浙江孙公司设立，筹划建设浙江厂区项目，对应的预付工程及设备款较多所致。

11、短期借款：2019 年末较 2018 年末减少 3,394.46 万元，主要系 2019 年公司优化融资结构，归还银行短期借款增加长期借款所致。

12、应付账款：2018 年末较 2017 年末增加 2,977.45 万元，主要系 2018 年公司应付采购款增加所致。

13、预收账款：2018 年末较 2017 年末减少 1,079.90 万元，主要系 2018 年产能增长后，发货及时所致。

14、应付职工薪酬：2019 年末较 2018 年末增加 1,002.81 万元，主要系 2019 年利润增长导致当期计提但尚未发放的年终奖增加所致。

15、应交税费：2019 年末较 2018 年末增加 986.48 万元，主要系 2019 年末应交企业所得税及增值税较上年年末增加所致。

16、其他应付款：（1）2019 年末较 2018 年末减少 1,488.53 万元，主要系 19 年支付 18 年应付股利 1,530 万元所致。（2）2018 年末较 2017 年末增加 1,998.05 万元，主要系 18 年应付股利增加 1,530 万元所致。

17、一年内到期的非流动负债：2019 年末较 2018 年末增加 104.21 万元，主要系 19 年浙江奥昆新增长期借款于一年内到期重分类至一年内到期的非流动负债。

18、长期借款：2019 年末较 2018 年末增加 2,900.00 万元，主要系 2019 年公司优化融资结构，归还银行短期借款增加长期借款所致。

19、递延收益：报告期内各期递延收益逐年增加，主要系确认政府补助增加所致。

20、股本：2018 年末较 2017 年末增加 3,700.00 万元，主要系股东增加资本所致。

21、资本公积：2018 年末较 2017 年末增加 3,706.59 万元，系 2018 年公司实施股权激励转资本公积所致。

22、盈余公积：（1）2019 年末较 2018 年末增加 862.15 万元，主要系利润增加所致。（2）2018 年末较 2017 年末增加 210.37 万元，主要系利润增加所致。

23、未分配利润：（1）2019 年末较 2018 年末增加 15,648.26 万元，主要系 2019 年公司经营净利润增加未分配利润所致。（2）2018 年末较 2017 年末增加 3,490.49 万元，主要系 2018 年公司经营净利润增加未分配利润所致。

24、营业收入：2018 年较 2017 年增加 35,746.15 万元，主要系公司浙江长兴生产基地投产产量增加，市场扩展导致销量增长所致。

25、营业成本：2018 年较 2017 年增加 19,972.46 万元，主要系随着公司主营产品收入的不断增加而增加。

26、税金及附加：2018 年较 2017 年增加 342.08 万元，主要系公司经营业绩增长应交增值税增加所致。

27、销售费用：2018 年较 2017 末增加 8,069.70 万元，主要系主要是公司销量增长，致使销售人员薪酬、运输费用、仓储费用增加所致。

28、管理费用：2018 年较 2017 年增加 5,655.35 万元，主要系 18 年实施股份激励，确认股份支付所致。

29、财务费用：2018 年较 2017 年减少 167.33 万元，系借款平均额减少所致。

30、其他收益：（1）2019 年较 2018 年增加 572.01 万元，主要系公司所获得的政府补助项目及金额增加所致。（2）2018 年较 2017 年增加 293.51 万元，系公司所获得的政府补助项目及金额增加所致。

31、投资收益：2018 年较 2017 年减少 9.85 万元，主要系 2017 年注销子公司所致。

32、信用减值损失及资产减值损失：（1）因为会计政策变化的原因，2018 年不适用信用减值损失科目，因此需要合并信用减值和资产减值损失作对比，2019 年较 2018 年增加 149.27 万元，主要系 2019 年末应收账款余额较 2018 年末增长，计提的坏账损失较大所致。

33、资产处置收益：2019 年较 2018 年增加 24.78 万元，主要系固定资产出售报废所致。

34、营业外收入：（1）2019 年较 2018 年增加 4.35 万元，主要系赔偿款增加所致。（2）2018 年较 2017 年减少 4.94 万元，主要系 2018 年赔偿款减少所致。

35、营业外支出：（1）2019 年较 2018 年增加 48.80 万元，主要系 2019 年固定资产处置损失增加所致。（2）2018 年较 2017 年减少 216.01 万元，主要系 2017 年，公司拟进行华东生产基地的建设，与平湖维克斯儿童玩具有限公司签订《厂房租赁合同书》及《补充协议》，租赁平湖维克斯儿童玩具有限公司的土地及厂房。后因发现上述土地临近化工园区，为避免潜在风险，保证食品生产安全，公司进行全面风险评估后，主动对项目地点进行调整，并与平湖维克斯儿童玩具有限公司终止了租赁合同。为此公司承担了 200 万元违约金。

36、所得税费用：报告期内所得税费用逐年增加，主要系利润总额增加导致当期应缴的所得税费用相应增加所致。

37、净利润：2019 年比 2018 年增加 12,908.96 万元，2018 年执行股份支付，减少净利润 3,665.22 万元，剔除此影响，19 年比 18 年增加 9,243.74 万元，主要系营业收入增长的同时毛利率提高所致。

综上所述，公司财务报表项目比较数据变动幅度达 30.00%以上的情况及原因已充分、恰当披露。

七、 披露申报期内是否存在转贷、票据融资、银行借款受托支付、非经营性资金往来、关联方或第三方代收货款等情形，包括不限于相关交易形成时间、原因、资金流向和使用用途、利息、违反有关法律法规具体情况及后果、后续可能影响的承担机制、整改措施、相关内控建立及运行情况。

（一）公司报告期内是否存在相关事项

报告期内，公司不存在转贷、银行借款受托支付、非经营性资金往来、关联方或第三方代收货款（不含第三方回款）的情况，仅在 2017 年存在票据融资情况并已于 2018 年末前全部归还。

（二）相关事项的具体情况

1、报告期内，公司仅对两家分公司开具了银行承兑汇票。公司对外销售产品均由两家分公司生产并向公司销售后由公司对外实现销售，公司会以票据与两家分公司结算，2017 年度公司向佛山分公司及增城分公司采购金额分别为 19,819.36 万元和 9,791.49 万元，故公司向分公司支付银行承兑汇票具有真实的交易背景。公司向佛山分公司和增城分公司开具的票据均由两家分公司全部贴现。报告期内开具银行承兑汇票用结算及贴现情况如下：

供应商名称	票据号码	开具日期	到期日	使用承兑汇票金额（万元）	贴现日期	贴现利息（万元）
佛山分公司	130558100301420170307073569956	2017/3/7	2017/9/7	1,000.00	2017/3/7	29.64
	130558100301420170307073569948	2017/3/7	2017/9/7	500.00	2017/3/7	14.82
	130558100301420170606087751561	2017/6/6	2018/6/6	500.00	2017/6/7	30.33
	130558100301420170609088346622	2017/6/9	2017/12/9	1,000.00	2017/6/9	30.83
	130558100301420170711094540770	2017/7/11	2018/7/11	1,000.00	2017/7/11	21.82
	130558100301420170915110265374	2017/9/15	2018/3/15	1,000.00	2017/9/15	23.49
增城分公司	130558100301420170307073569930	2017/3/7	2017/9/7	500.00	2017/3/7	14.74
	130558100301420170606087751553	2017/6/6	2018/6/6	500.00	2017/6/6	30.33
	130558100301420170609088346614	2017/6/9	2017/12/9	1,000.00	2017/6/9	30.83
合计				7,000.00		226.83

注：上述票据截止 2017 年末尚未到期的余额为 3,000 万元，计入短期借款。

2、公司针对应付票据管理的内部控制制度及程序为：

报告期内，公司建立并严格执行了与应付票据相关的内控制度，对票据审批、开具、登记、核对等作出了明确规定。应付票据的具体内控措施为：

（1） 应付票据申请：在采购合同约定的付款日期到期前（视付款期限而定），如需开具票据，由采购员编制付款申请表，报常务副总裁审批。财务部门应付会计将付款申请单与采购合同、入库信息和供应商发票进行核对无误后，在系统中编制付款凭证并提交会计主管复核。在完成付款凭证及相关单证的复核后，会计主管在系统中批准付款凭证，出纳办理付款。

（2） 应付票据的办理：每月，出纳根据当月经审批的汇总应开具票据总额，向银行提交采购合同、发票复印件等真实交易背景核查资料，并与银行签订《银行承兑汇票开具协议》。《银行承兑汇票开具协议》包括承兑总金额、明细、保证金金额。《银行承兑汇票开具协议》签章需编制盖章申请表，报常务副总裁审批。审批完成后由财务部门印章管理人办理盖章，盖章后有关资料由出纳提交银行，银行根据提交的资料和《银行承兑汇票开具协议》开具电子银行承兑汇票。银行承兑汇票交付收款人时必须办理签收手续。

（3） 票据如需贴现或背书，需相关人员提出申请，报常务副总裁审批。审批完成后由出纳办理贴现或背书。

（4） 应付票据的登记及核对：财务部会计编制应付票据台账，应付会计按月核对应付票据台账和账载金额，按月核对账载金额和《银行承兑汇票开具协议》中的明细表。

综上，报告期内，公司不存在转贷、银行借款受托支付、非经营性资金往来、关联方或

第三方代收货款（不含第三方回款）的情况。公司制定了与应付票据相关的内控制度，保证票据的申请经过适当的复核及审批，票据的盖章、经办、登记等职责分离，由不从事票据记录的人员负责定期对账。上述内控制度能保证公司应付票据的真实及完整，具有有效性。

八、 请保荐人、申报会计师进行核查，就发行人的财务内控是否能够持续符合规范性要求，不存在影响发行条件的情形发表明确意见。

（一）相关制度

公司已经根据相关法律法规和规范指引的要求并结合公司的具体业务流程特点，制定了能有效指导日常会计核算工作的会计制度。包括：《会计基础工作规范》、《主要会计政策和会计估计》、《货币资金内部控制》、《票据管理办法》、《备用金管理制度》、《会计档案管理办法》、《会计电算化系统会计档案管理实施细则》、《会计电算化工作管理规范》、《固定资产管理办法》、《基本建设管理制度》、《工作移交管理制度》、《费用审批管理制度》、《预算管理办法》、《投资流程管理规定》、《筹资管理制度》、《成本核算管理制度》等。其中：《会计基础工作规范》中明确了公司会计机构的设置和会计人员配备、对会计凭证、会计报表的要求及会计科目的设置；《主要会计政策和会计估计》明确了公司使用的具体会计政策及会计估计；《货币资金内部控制》、《票据管理办法》及《备用金管理制度》明确了公司货币资金、票据及备用金的管理；《会计档案管理办法》及《会计电算化系统会计档案管理实施细则》明确了会计档案的管理；《会计电算化工作管理规范》明确了会计电算化的操作规范及权限；《固定资产管理办法》及《基本建设管理制度》明确了固定资产及在建工程的管理办法；《工作移交管理制度》明确了日常工作移交的流程；《费用审批管理制度》明确了日常费用报销的审批权限；《预算管理办法》明确了预算管理机构、预算管理流程以及预算编制方法等；《投资流程管理规定》明确了投资项目立案的审批及项目实施的管理等；《筹资管理制度》明确了筹资的审批流程等；《成本核算管理制度》明确了公司成本核算具体方法，包括成本核算内容、成本核算具体科目、成本的归集与分配方法等。

（二）财务部岗位设置及人员配备

公司已经根据财政部发布企业内部控制规范指引的要求及公司实际情况，制定《财务部岗位说明书》明确各财务岗位任职条件、使用财务软件对会计报表编制及审核流程予以控制等措施，提高财务会计核算的准确性。

截止 2019 年 12 月 31 日，公司财务部设置的岗位包括：财务总监，主要负责组织领导公司的财务、成本、投融资、预算、会计核算及监督、财务分析等方面的工作，具体承担公司及其主要子公司的资金调度安排、提议投融资等重大决策、审核企业预算并督促执行、检查发现财务核算流程缺陷并随时更新、负责审核公司对外报送的财务资料、协调公司与银行、

税务以及工商等部门的工作关系等；财务经理，在财务总监的领导下具体实施各项财务核算管理办法，主要承担公司会计核算工作、复核记账凭证、检查财务部内部不相容职务的工作情况、编制会计报表分析说明、组织编制对外报送的财务资料等；主办会计，在财务经理领导下进行日常财务核算工作，主要承担审核原始凭证、归集成本与费用、编制记账凭证、录入财务软件系统、编制纳税申报表、协助财务经理编制对外报送的财务资料等；出纳人员，在财务经理领导下进行现金、银行存款的财务核算工作。各岗位均设定有与其职责相匹配的任职资格要求，并制定有明确的职前培训和岗位技能培训要求。

（三）会计档案管理

公司已制定《会计档案管理办法》、《会计电算化系统会计档案管理实施细则》等制度规范会计档案管理及会计核算数据的备份，并由财务经理指定专人负责整理保管已审核过的会计凭证、会计报表及其他会计档案。

（四）财务管理电算化

公司通过制定《会计电算化工作管理规范》等制度，对财务人员接触和使用财务软件范围进行授权，财务软件的管理维护和改进做出明确规定。

公司使用的是用友财务软件，软件版本号为用友 U8。它能提供以凭证处理为中心的财务核算标准专业的管理，在凭证录入的基础上，自动生成各种分析账表，帮助企业规范业务流程、降低管理成本、提升企业的管理能力，减少重复工作，提高数据准确性、及时性和共享性。公司自 2009 年开始使用该财务软件，目前财务人员均能熟练、正确的使用财务软件。

综上，公司已经建立了规范的会计核算制度体系并得以有效执行，上述制度规范了公司成本、费用、收入、利润等方面的会计基础核算工作，并发挥了会计监督的职能，能为公司会计核算的准确性提供合理保证。财务部门岗位设置齐备，各岗位能做到各司其职、各负其责、相互协作、相互监督，关键岗位均已执行了不相容职务分离的原则等。所聘用人员具备相应的专业知识及工作经验，能够胜任本职工作。会计档案实物与记录相符。会计档案管理工作良好。公司所使用的财务软件能准确的将记账凭证汇总生成财务报表。公司的财务内控能够持续符合规范性要求，不存在影响发行条件的情形。

申报会计师执行的核查程序及核查意见

针对上述问题，申报会计师执行的主要核查程序如下：

1、 获取并结合员工花名册、部门组织结构、考勤记录等，核实成本费用中的职工薪酬工资、社保及公积金是否与账面一致；分析不同类别员工人员、工资变动原因的合理性；分析期末应付职工薪酬变动的原因是否合理；获取当地工资水平，与公司薪酬进行比较；

2、 获取报告期各期其他流动资产明细，分析其变动原因是否合理；

3、 收集并查看公司股东会决议、董事会决议，检查与实际股利分配是否一致；

4、 收集并查看分红个人股东个人所得税缴款凭证，核实是否足额缴纳；

5、 向相关人员了解各生产厂生产经营中主要排放污染物及排放量、环保设施其处理能力及实际运行情况，检查环保费用的相关会计凭证；

6、 对公司 2017 至 2019 年原始财务报表与申报财务报表分别核对，对存在的差异进行了复核和分析；

7、 分析报告期内财务报表项目比较数据变动幅度达 30%以上的原因是否合理；

8、 获取并查询公司与应付票据相关内部控制制度文件，并对关键控制环节进行控制测试，评价相关内部控制设计及执行的有效性；

9、 对大额应付票据开具及管理、核算方法访谈了公司相关财务人员；

10、检查应付票据备查簿，与公司账面记录进行核对；

11、选取报告期内公司开具的应付票据，检查票据开具时是否均有对应的采购合同、发票，票据审批手续是否完善，开票对象是否存在相应的应付账款。

12、查阅公司与财务会计核算相关各项规章制度，访谈公司财务经理，了解财务核算流程及会计政策；

13、每年随机选取 50 笔记账凭证和 2 张财务报表，测试会计凭证所附原始单据是否合法有效、是否与记账凭证相符、原始凭证是否印鉴齐全、记账凭证是否经过审核、对外报送的财务报表是否经过分析与审核；

14、收集财务人员简历，实地观察财务人员工作情况，评价其胜任能力；

15、对常见不相容职责进行测试；

16、检查会计档案借阅是否均已记录；

17、我们获取会计档案借阅记录登记本，从登记本中随意抽取 5 笔记录检查有关的会计档案借阅审批表。经检查，公司会计档案借阅均已经过适当授权；

18、实地观察财务人员对财务软件使用情况，抽查不同人员在财务软件中操作授权情况，并以抽查对象登录财务软件进行测试，独立模拟测试会计报表生成。

经核查，申报会计师认为：

1、 公司各级别、岗位员工薪酬水平与同行业不存在显著异常，高于当地水平；

2、 报告期内，公司各级别、岗位员工薪酬变动合理，期末应付职工薪酬变动合理；各年度人工成本总额与相关成本、费用项目匹配；

3、 报告期内，其他流动资产波动无异常；

4、 报告期内，公司股利分配事项实施完毕，自然人股东个人所得税已足额缴纳；

5. 报告期内，公司环保投入、相关募投项目的环保设计、投入与排污量的匹配符合环保要求；

6. 对公司原始报表的调整情况符合企业会计准则的规定；

7. 公司财务报表项目比较数据变动幅度达 30.00%以上的情况及原因已充分、恰当披露；

8. 报告期内，公司不存在转贷、银行借款受托支付、非经营性资金往来、关联方或第三方代收货款（不含第三方回款）的情况。公司应付票据的内部控制制度完善并有效执行；开具的承兑汇票具备真实交易背景，不存在违规票据融资的情形；

9. 公司的财务内控能够持续符合规范性要求，不存在影响发行条件的情形。

中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）

中国注册会计师

中国注册会计师

中国　　武汉

2020 年 9 月 4 日